

TURISMO RECEPTIVO ANUAL 2015



TURISMO RECEPTIVO ANUAL 2015

Introducción

La Subsecretaría de Turismo y el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) con el objetivo de estimar el ingreso de divisas por concepto de turismo receptivo ha realizado de manera sistemática encuestas en la principal puerta de entrada al país, el Aeropuerto Arturo Merino Benítez.

Bajo este contexto se presenta el siguiente documento, el cual muestra los resultados obtenidos del Estudio del Turismo Receptivo durante el año 2015, a través de ilustraciones y cuadros, complementados con un breve análisis descriptivo que permite conocer las principales características del turista residente en el extranjero que visita Chile.

Es importante mencionar que la información se encuentra clasificada según país de residencia del visitante, con apertura geográfica de 17 mercados, segmentados a su vez por motivo del viaje, los cuales se encuentran agrupados en “personales” (vacaciones, familiares y amigos, otros) y “negocios” (negocios, motivos profesionales, congresos-seminarios). Cabe señalar que las cifras de gasto promedio diario individual, gasto total individual e ingreso de divisas, se encuentran expresadas en dólares de cada año.

Agradecemos a la Jefatura Nacional de Extranjería y Policía Internacional, Carabineros de Chile y la Concesionaria del Aeropuerto Internacional AMB por las facilidades otorgadas en la etapa del levantamiento de información, permitiendo la elaboración de este informe.

Índice

Resumen de las Principales Cifras	4
Principal Motivo del Viaje	8
Diez Principales Mercados Emisores, Según País de Residencia del Turista	11
Argentina	12
Brasil	13
Bolivia	14
Perú	15
EE.UU	16
Colombia	17
España	18
Alemania	19
Francia	20
Australia	21
Anexos	22

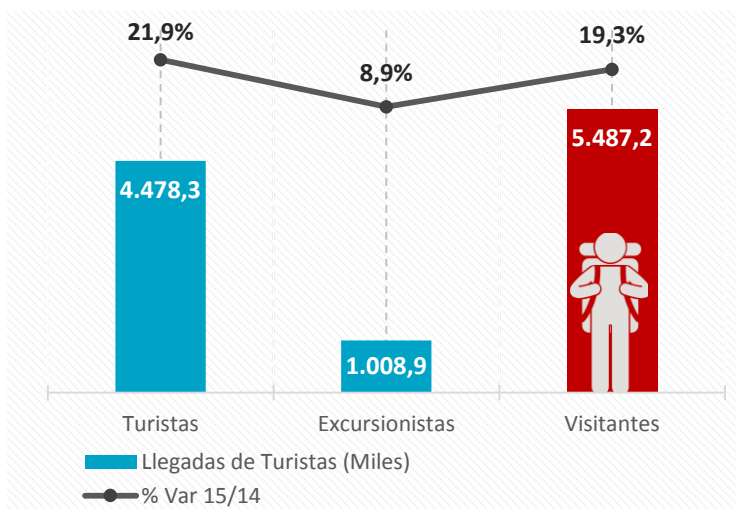
Fecha publicación: Junio 2016

SUBSECRETARIA DE TURISMO
División de Estudios
Alameda 1449, Torre 2, Piso 2, Santiago, Chile
T: +56 (2) 24733629
<http://www.subturismo.gob.cl>

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO
Subdirección de Estudios
Av. Providencia 1550, Santiago, Chile
T: +56 (2) 27318625
<http://www.sernatur.cl>

RESUMEN DE LAS PRINCIPALES CIFRAS

Llegada de Visitantes (Miles), Año 2015



Las llegadas de turistas a nivel mundial se incrementaron en un **4,4%**¹ durante el 2015; América del Sur creció un **5,4%**, mientras que Chile lo hizo en un **21,9%**.

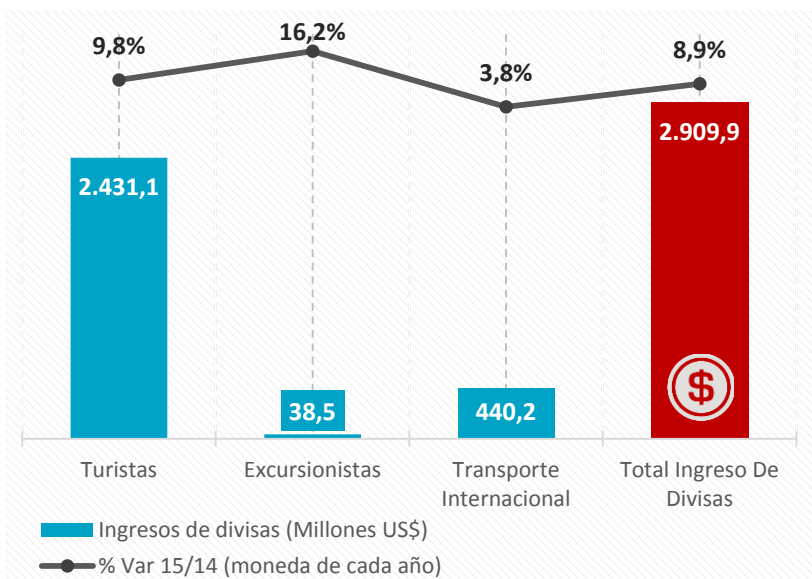


7,0%

4,0%

Los ingresos por turismo internacional a nivel global alcanzan el **7%** sobre el total de exportaciones de bienes y servicios, en el caso de Chile los ingresos por turismo receptivo representan el **4,0%**.²

Ingreso de divisas (Millones US\$), Año 2015



ARGENTINA

AUSTRALIA EE ALEMANIA

ESPAÑA COLOMBIA J U FRANCIA

CANADÁ PERÚ BRASIL INGLATERRA

MÉXICO BOLIVIA

Argentina, es el principal mercado emisor, con un total de **2.065,6 mil llegadas**, los turistas de este mercado, registraron una permanencia promedio de **6,1 noches** y un **GTI US\$ 303,8**, generando un ingreso de divisas por **627,6 millones de dólares**.



US\$ 542,9 GTI

Gasto Total Individual de los turistas



8,5 noches

Permanencia promedio de los turistas.



Las Vacaciones

fueron el principal motivo de viaje durante el 2015. Los **2.409,1 mil** turistas de este segmento, registraron un **GTI de US\$ 561,7** y una permanencia promedio de **7,6 noches**.

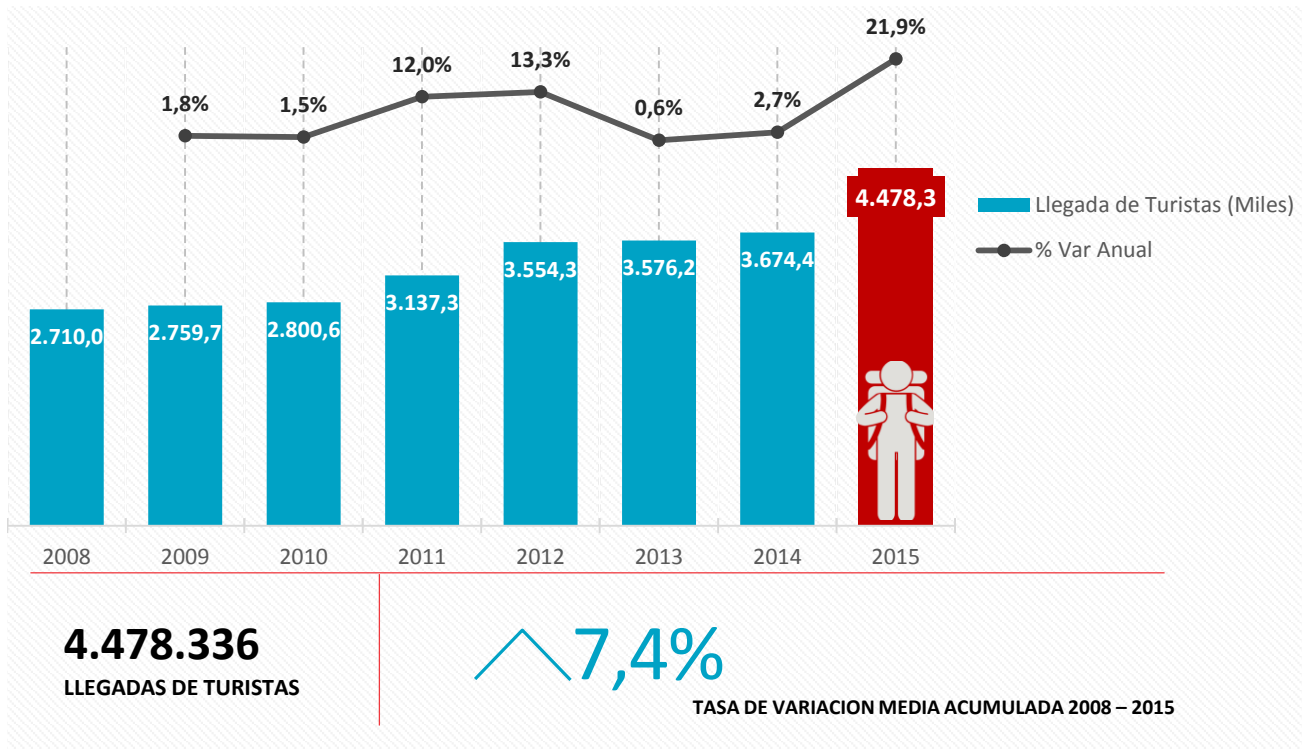


692,0 mil turistas

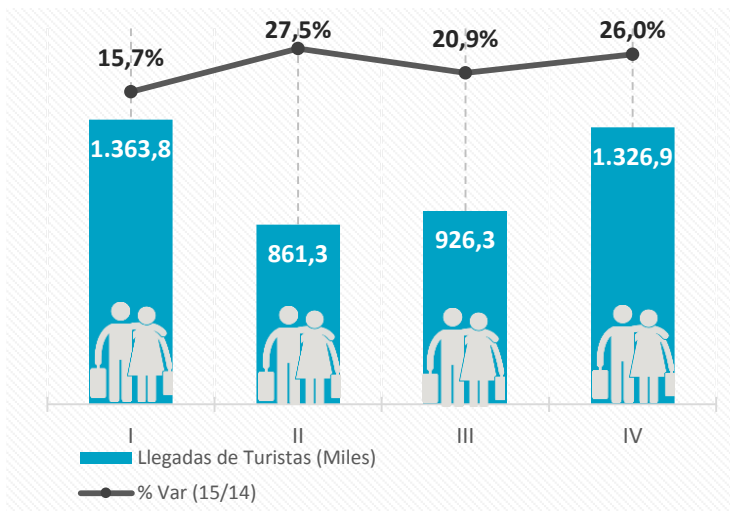
motivados por los Negocios arribaron durante el 2015.

Registraron un **GTI de US\$ 893,0** y una permanencia promedio de **6,6 noches**.

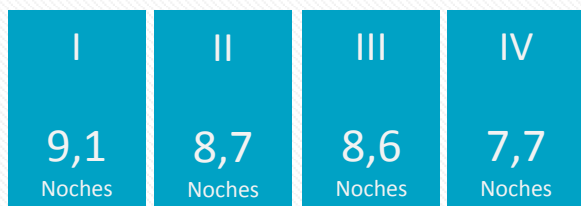
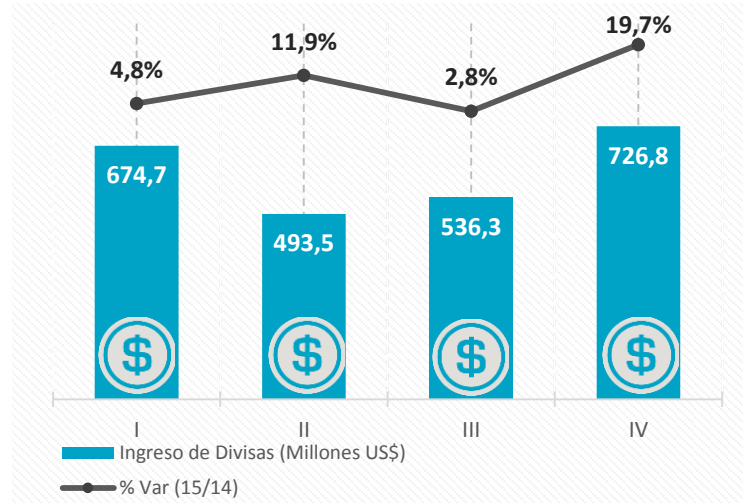
Llegada de Turistas (Miles), Serie 2008 – 2015



Llegada de Turistas (Miles), Trimestres Año 2015



Ingreso de Divisas (Millones US\$), Trimestres Año 2015

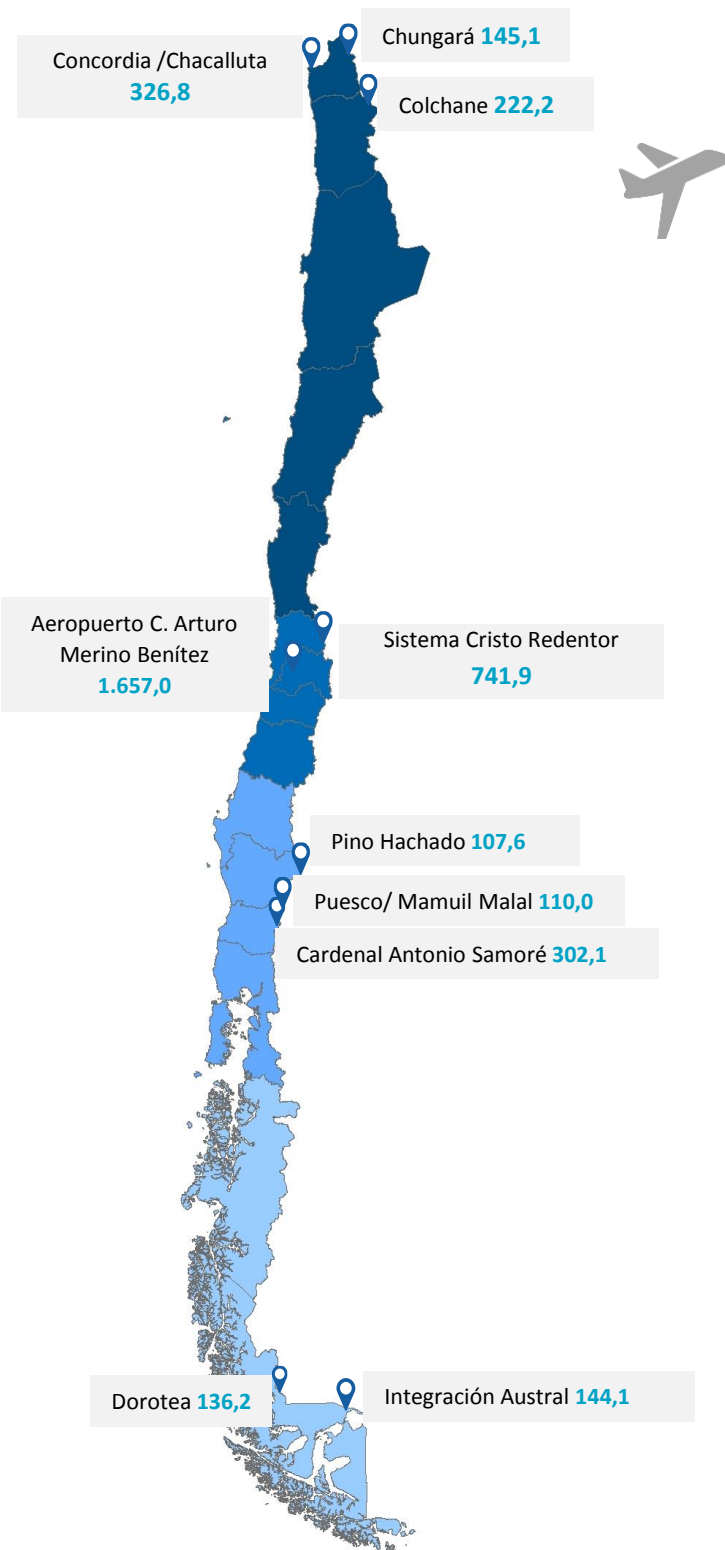


Permanencia Promedio (Noches)



Gasto Total Individual (GTI)

Los 10 Principales Puntos de Ingreso al País, Año 2015, según Llegadas de Turistas (Miles).



El **Aeropuerto Arturo Merino Benítez** con un incremento del **+12,1%** registró un total de **1.657,0** mil llegadas durante el 2015.

El **Sistema Cristo Redentor** es el principal paso fronterizo terrestre, con **741,9** mil llegadas, representando el 16,6% del total de ingresos de turistas al país.



Punto Fronterizo	Llegada (miles)	% Var 2015/2014
1° Aeropuerto C. Arturo Merino Benítez	1.657,0	12,1%
2° Sistema Cristo Redentor	741,9	51,7%
3° Concordia (Chacalluta)	326,8	13,9%
4° Cardenal Antonio Samoré	302,1	37,6%
5° Colchane	222,2	7,7%
6° Chungará	145,1	3,0%
7° Integración Austral	144,1	16,5%
8° Dorotea	136,2	31,7%
9° Puesto	110,0	35,9%
10° Pino Hachado	107,6	66,1%

4.478,3

Total Llegadas Turistas 2015 (Miles)

Fuente: Jefatura Nacional de Extranjería y Policía Internacional, Carabineros de Chile

Los 10 principales mercados, según sus llegadas durante el 2015



ARGENTINA

Llegadas de turistas	2.065.557
Ingreso de divisas US\$	627.551.458
GTI (US\$)	303,8
GPDI (US\$)	49,4
Permanencia (noches)	6,1

1º



BRASIL

Llegadas de turistas	463.953
Ingreso de divisas US\$	376.387.572
GTI (US\$)	811,3
GPDI (US\$)	115,7
Permanencia (noches)	7,0

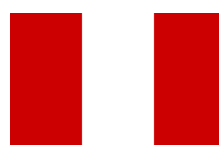
2º



BOLIVIA

Llegadas de turistas	419.737
Ingreso de divisas US\$	51.598.580
GTI (US\$)	122,9
GPDI (US\$)	20,6
Permanencia (noches)	6,0

3º



PERU

Llegadas de turistas	364.399
Ingreso de divisas US\$	75.780.893
GTI (US\$)	208,0
GPDI (US\$)	37,5
Permanencia (noches)	5,5

4º



EEUU

Llegadas de turistas	213.919
Ingreso de divisas US\$	266.838.803
GTI (US\$)	1.247,4
GPDI (US\$)	91,6
Permanencia (noches)	13,6

5º



COLOMBIA

Llegadas de turistas	102.038
Ingreso de divisas US\$	85.980.958
GTI (US\$)	842,6
GPDI (US\$)	54,9
Permanencia (noches)	15,3

6º



ESPAÑA

Llegadas de turistas	83.039
Ingreso de divisas US\$	108.908.367
GTI (US\$)	1.311,5
GPDI (US\$)	72,0
Permanencia (noches)	18,2

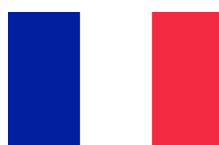
7º



ALEMANIA

Llegadas de turistas	74.427
Ingreso de divisas US\$	86.128.871
GTI (US\$)	1.157,2
GPDI (US\$)	64,4
Permanencia (noches)	18,0

8º



FRANCIA

Llegadas de turistas	71.236
Ingreso de divisas US\$	78.350.827
GTI (US\$)	1.099,9
GPDI (US\$)	61,0
Permanencia (noches)	18,0

9º



AUSTRALIA

Llegadas de turistas	53.909
Ingreso de divisas US\$	52.091.485
GTI (US\$)	966,3
GPDI (US\$)	91,0
Permanencia (noches)	10,6

10º

4.478.336

Total Llegadas Turistas 2015



Nota:

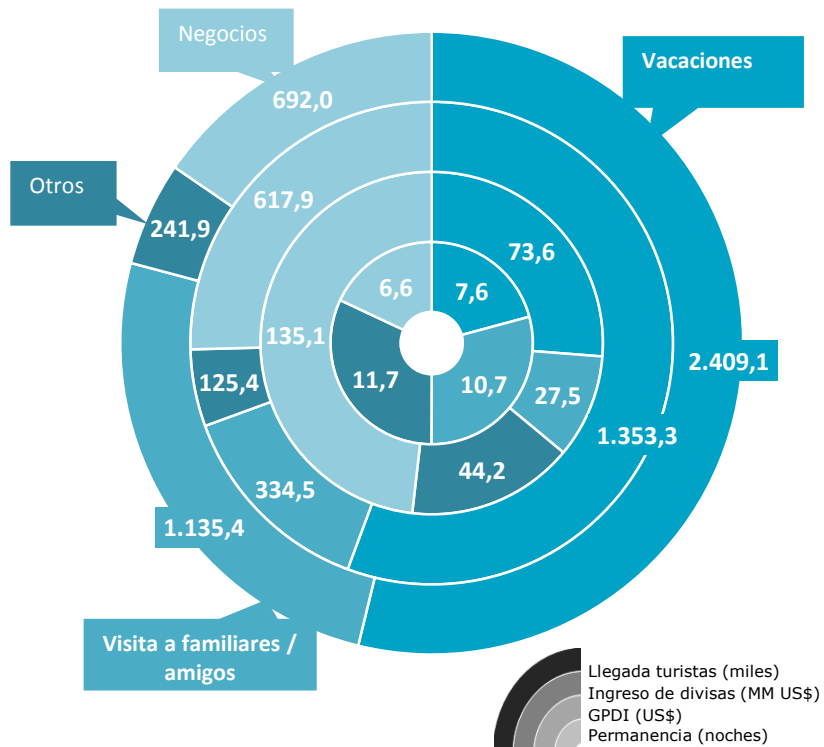
Cifras por país de residencia.

PRINCIPAL MOTIVO DEL VIAJE



PRINCIPAL MOTIVO DEL VIAJE

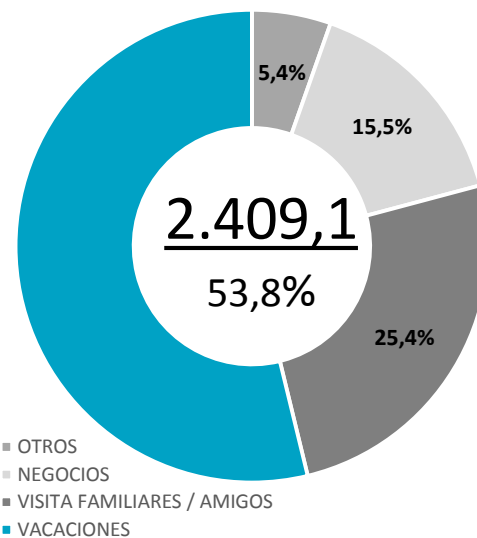
Llegadas de turistas (miles), ingreso de divisas (millones US\$), GPDI (US\$), y permanencia promedio (noches), según principal motivo del viaje



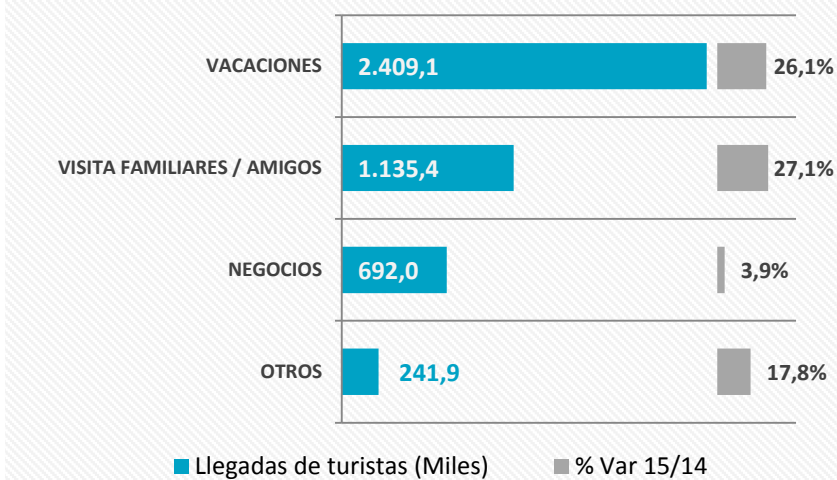
Las **Vacaciones** con un incremento del **26,1%** y una representación del 53,8% del total de llegadas de turistas, fueron el principal motivo de viaje durante el 2015. Los **2.409,1 mil llegadas de turistas** de este segmento, generaron ingresos por **1.353,3** millones de dólares.

26,1%

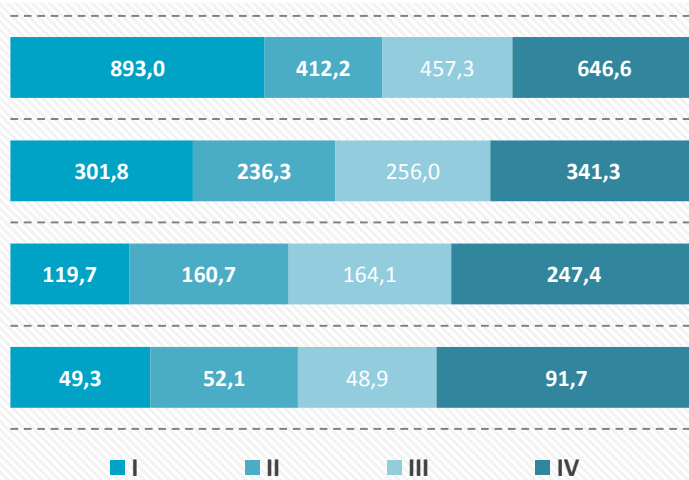
Participación en la Llegada de Turistas, según Motivo del Viaje, Año 2015



Llegada de Turistas (Miles) y % Var 2015/2014

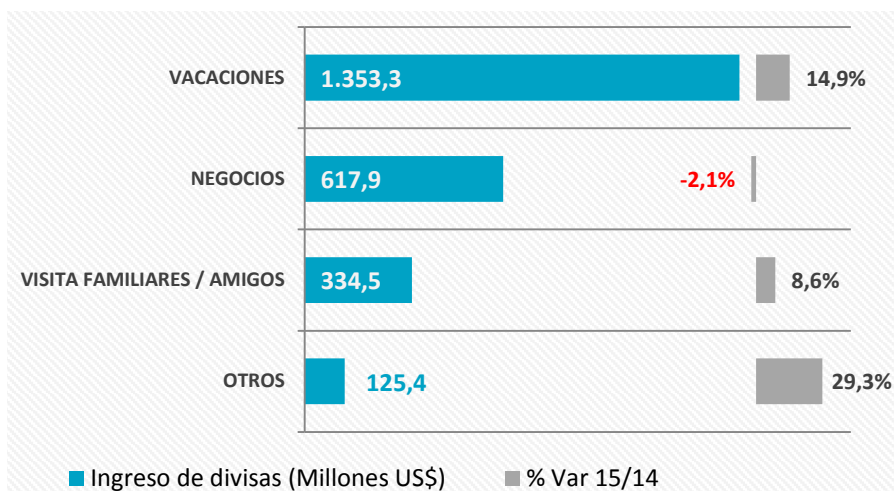


Llegada de Turistas (Miles), Trimestres 2015



Nota:
En "Otros Motivos" se incorporaron los motivos: Estudios, Salud, Conexión y otros.
Cifras por país de residencia

Ingreso de Divisas (Millones US\$) y % Var 2015/2014

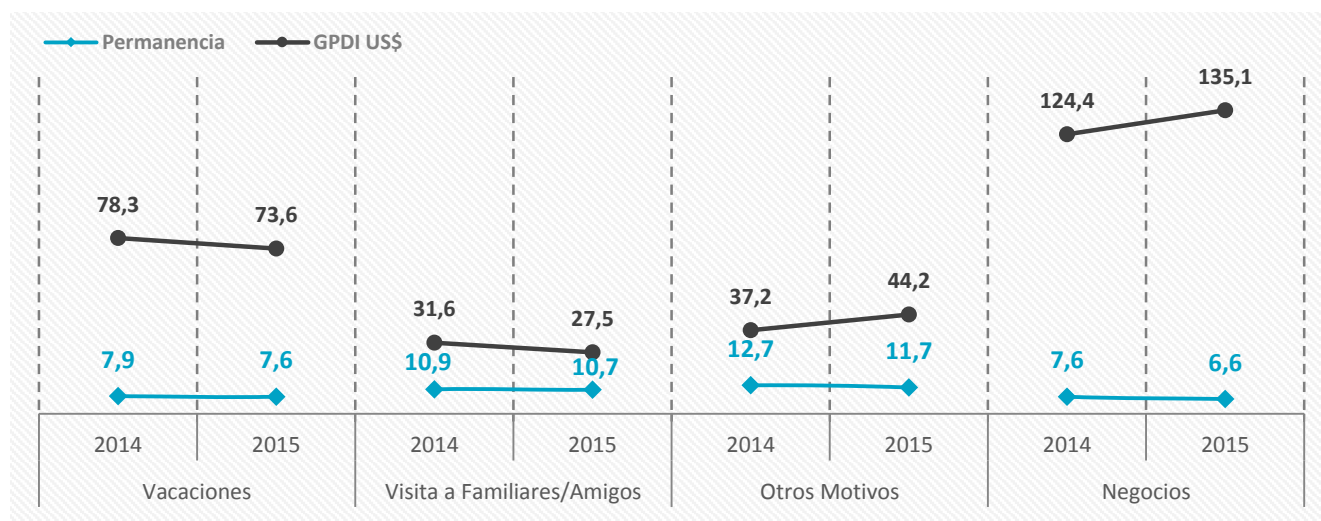


Aun cuando las llegadas de turistas por **VFA** se incrementaron en un **+27,1%**, este crecimiento no es proporcional en el ingreso de divisas (**+8,6% nominal**). Esto debido a que el **GPDI** de los turistas de este segmento (**US\$ 27,5**) es **4,9 veces menor al GPDI** de los turistas de negocios y **2,7 veces menor al GPDI** de los turistas de vacaciones.



El gasto promedio diario individual (GPDI) de los turistas del segmento negocios, fue de **US\$ 135,1**, esta cifra es **2,5 veces mayor al GPDI** de los turistas que ingresan al país por **motivos personales (US\$ 54,3)**.

Permanencia Promedio (noches), GPDI (US\$), según Principal Motivo del Viaje, Año 2015



Llegadas de turistas (miles), Ingreso de Divisas (millones US\$), GTI (US\$), y Permanencia Promedio (noches), según Principal Motivo del Viaje y su Variación Porcentual 2015/2014

Motivo	Llegadas Turistas (Miles)	% Var 15/14	Ingreso de Divisas (MMUS\$)	% Var 15/14	GTI (US\$)	% Var 15/14	GPDI (US\$)	% Var 15/14	Perm. (noches)	% Var 15/14
Personales	3.786,4	25,8%	1.813,2	14,6%	478,9	-9,0%	54,3	-6,0%	8,8	-3,1%
Vacaciones	2.409,1	26,1%	1.353,3	14,9%	561,7	-8,9%	73,6	-6,0%	7,6	-3,1%
Visita Familia/Amigos	1.135,4	27,1%	334,5	8,6%	294,6	-14,6%	27,5	-13,2%	10,7	-1,6%
Otros	241,9	17,8%	125,4	29,3%	518,4	9,8%	44,2	18,9%	11,7	-7,7%
Negocios	692,0	3,9%	617,9	-2,1%	893,0	-5,8%	135,1	8,6%	6,6	-13,2%
Total	4.478,3	21,9%	2.431,1	9,8%	542,9	-9,9%	64,0	-6,1%	8,5	-4,0%



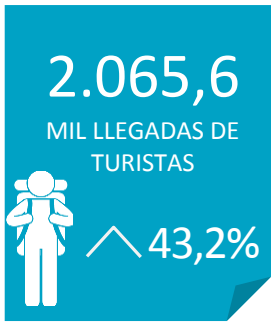
Nota:

Las cifras de las variables: ingreso de divisas, GTI y GPDI, están expresadas en dólares de cada año. Considerar esta información al revisar su variación porcentual.

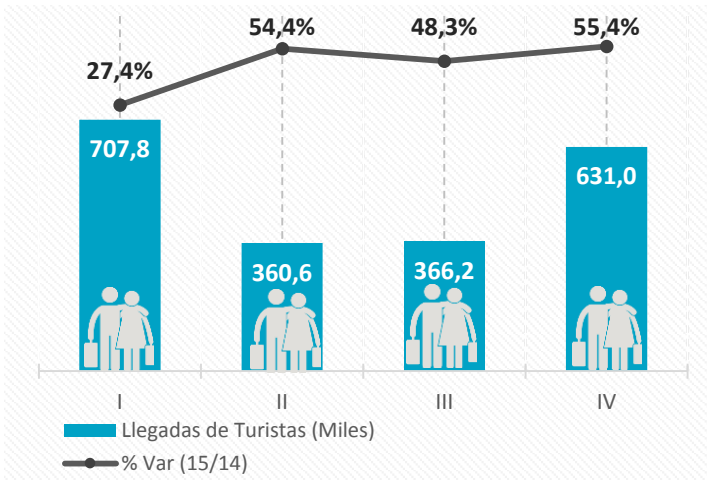
10 PRINCIPALES MERCADOS EMISORES



ARGENTINA

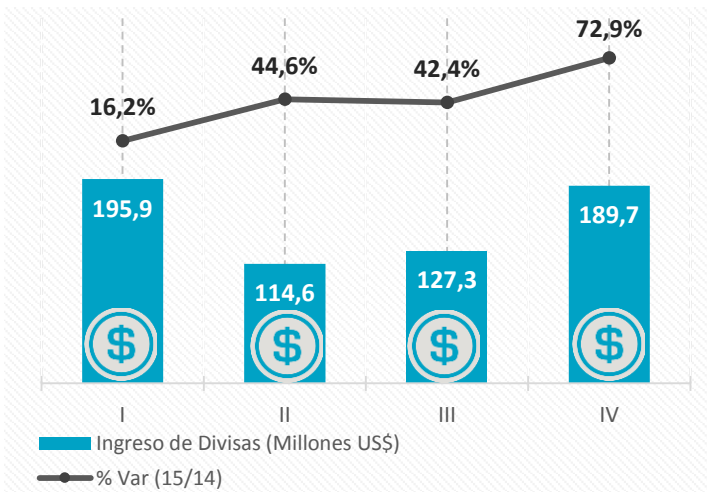


Llegada de Turistas (Miles), Trimestres Año 2015

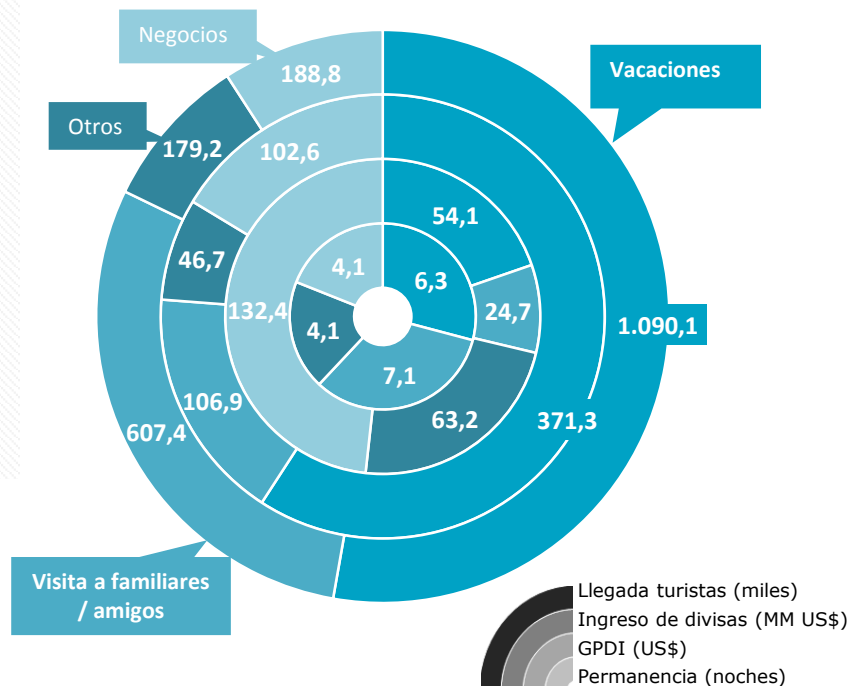


Argentina es el principal país emisor de turistas a nuestro país. Con un **incremento del +43,2%**, las llegadas de turistas residentes en Argentina, muestran una estacionalidad estival, concentrando el **64,8%** del total anual de sus llegadas durante el **primer y cuarto trimestre**. El **GPDI** de los turistas de este mercado fue de **US\$ 49,4**, esto es, 14,6 dólares menos que el GPDI registrado por el total de turistas (US\$ 64,0). El **principal motivo de viaje fueron las vacaciones** con una participación relativa 52,8% sobre las 2.065,6 mil llegadas; sin embargo son los turistas de **negocios** quienes registran el **GTI más alto**, con **US\$543,4**.

Ingreso de Divisas (Millones US\$), Trimestres Año 2015



Llegadas de turistas (miles), ingreso de divisas (millones US\$), GPDI (US\$), y permanencia promedio (noches), según principal motivo del viaje



Nota 1:

Las cifras de las variables: ingreso de divisas, GTI y GPDI, están expresadas en dólares de cada año. Considerar esta información al revisar su variación porcentual.

Nota 2:

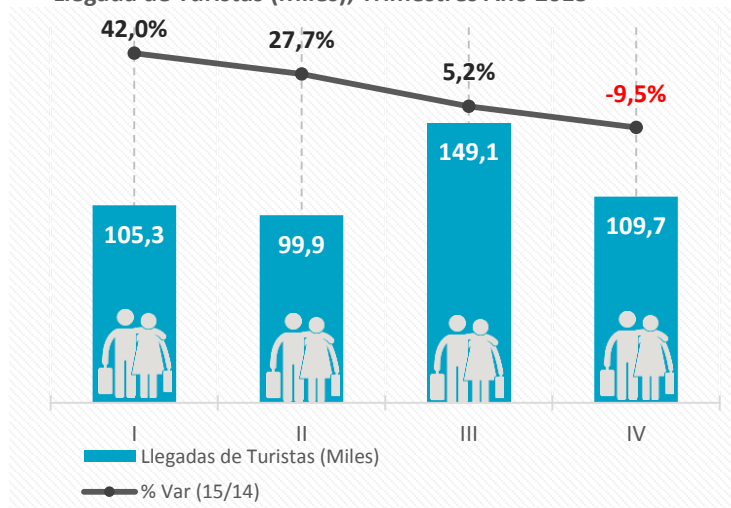
En "Otros Motivos" se incorporaron los motivos: Estudios, Salud, Conexión y otros. Cifras por país de residencia

BRASIL

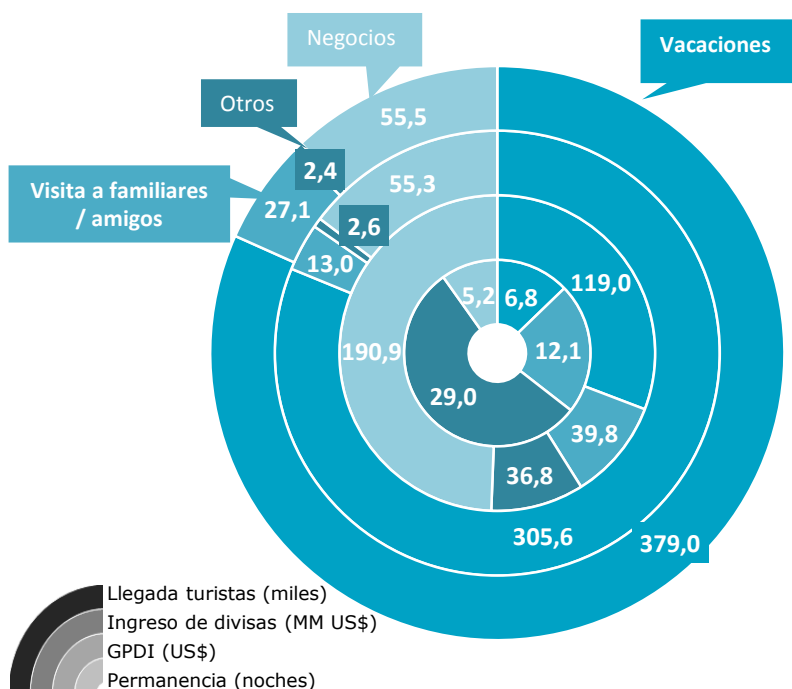


Brasil a diferencia del resto de los mercados en estudio, concentra las llegadas durante el tercer trimestre (32,1%), lo que demuestra su preferencia por la temporada invernal. Asimismo, es un mercado especialmente relevante debido al gasto generado en el destino. Es así, que el **GPDI** de los turistas de este mercado durante el 2015 fue de **US\$ 115,7**, esto es, 2,3 veces mayor por los turistas residentes en Argentina, 1,7 veces mayor al de los turistas de Europa (US\$ 69,7) y 1,8 veces mayor al registrado por el total de turistas (US\$ 64,0), superando a todos los GPDI de cada país o mercado. El **principal motivo de viaje fueron las vacaciones** con una representatividad del 81,7%; sin embargo son los turistas del segmento de **negocios** quienes registran el **GPDI más alto (US\$ 190,9)**.

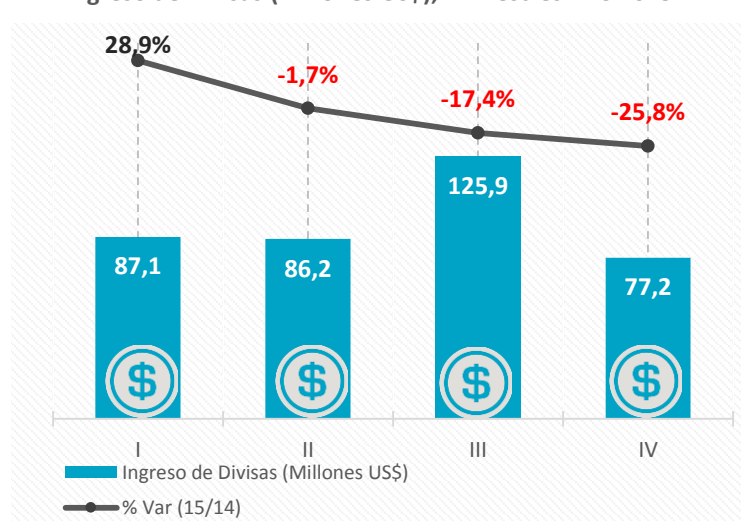
Llegada de Turistas (Miles), Trimestres Año 2015



Llegadas de turistas (miles), ingreso de divisas (millones US\$), GPDI (US\$), y permanencia promedio (noches), según principal motivo del viaje



Ingreso de Divisas (Millones US\$), Trimestres Año 2015



Nota 1:

Las cifras de las variables: ingreso de divisas, GTI y GPDI, están expresadas en dólares de cada año. Considerar esta información al revisar su variación porcentual.

Nota 2:

En "Otros Motivos" se incorporaron los motivos: Estudios, Salud, Conexión y otros. Cifras por país de residencia

BOLIVIA

419,7

MIL LLEGADAS DE TURISTAS



6,2%

51,6

MILLONES US\$ INGRESO DE DIVISAS



5,0%

US\$ 122,9

Gasto Total Individual GTI



-1,1%

6,0

Permanencia Promedio (Noches)



27,9%

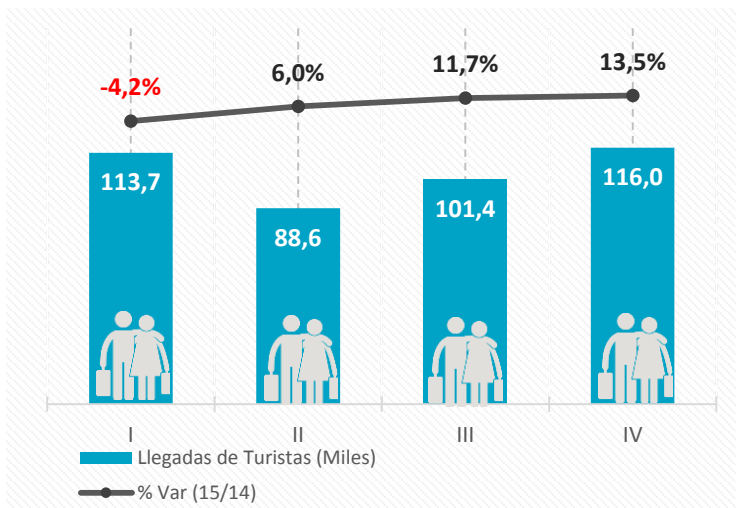
195,8

Mil turistas de Vacaciones



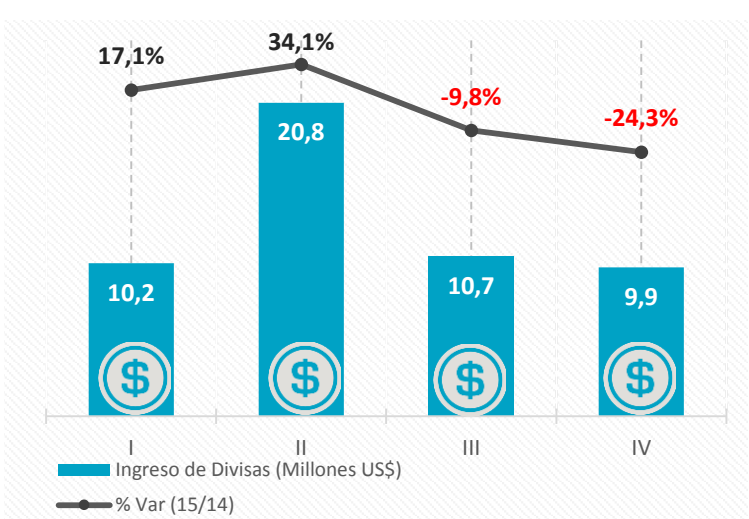
14,2%

Llegada de Turistas (Miles), Trimestres Año 2015

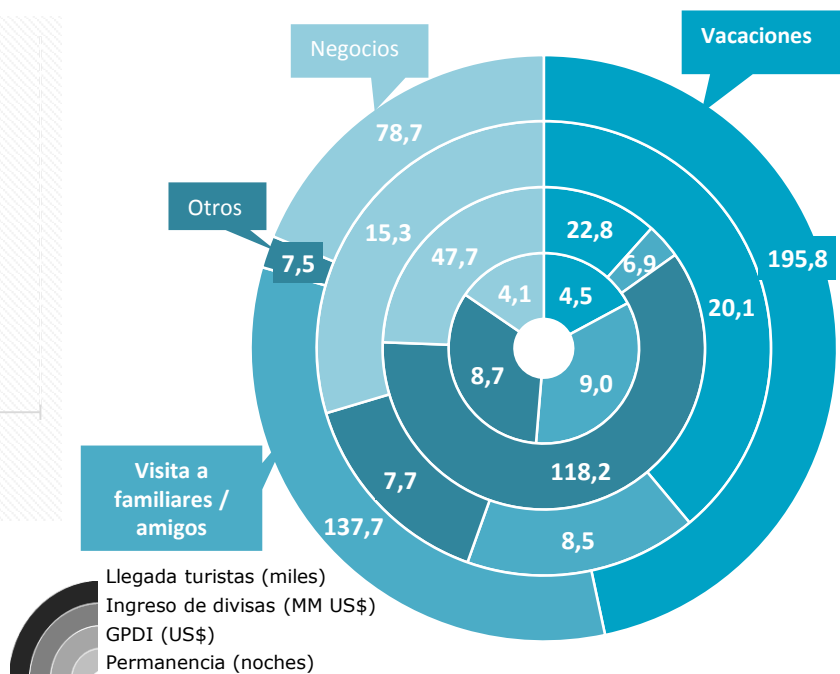


Los turistas residentes en **Bolivia**, representan el 9,4% del total de las llegadas al país; sin embargo desde el ingreso de divisas esta representatividad baja a 2,1%, esto debido a su **GPDI**, el cual fue de **US\$ 20,6 durante el 2015**, esto es, tres veces menor al gasto promedio diario individual del total de turistas, siendo los turistas que menos gastaron durante su estadía en el país. El **principal motivo de viaje fueron las vacaciones** con una participación del 46,6% sobre el total de llegadas de turistas de este mercado, solo 13,8 puntos porcentuales más abajo se encuentran las visitas a familiares y amigos.

Ingreso de Divisas (Millones US\$), Trimestres Año 2015



Llegadas de turistas (miles), ingreso de divisas (millones US\$), GPDI (US\$), y permanencia promedio (noches), según principal motivo del viaje



Nota 1:

Las cifras de las variables: ingreso de divisas, GTI y GPDI, están expresadas en dólares de cada año. Considerar esta información al revisar su variación porcentual.

Nota 2:

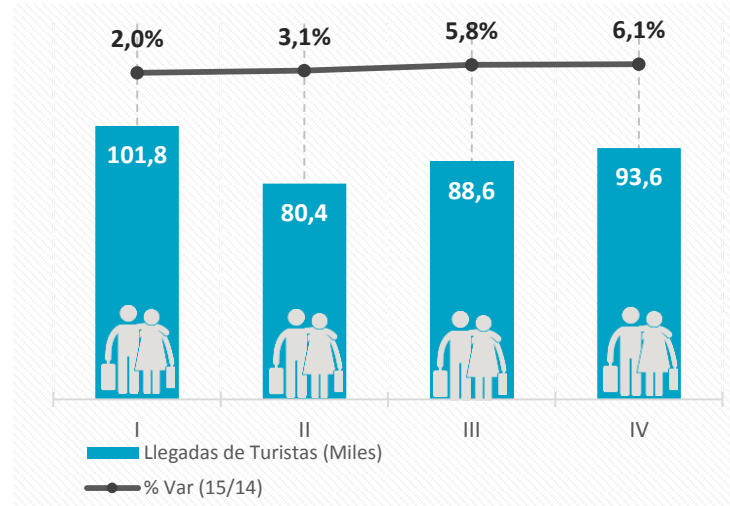
En "Otros Motivos" se incorporaron los motivos: Estudios, Salud, Conexión y otros. Cifras por país de residencia



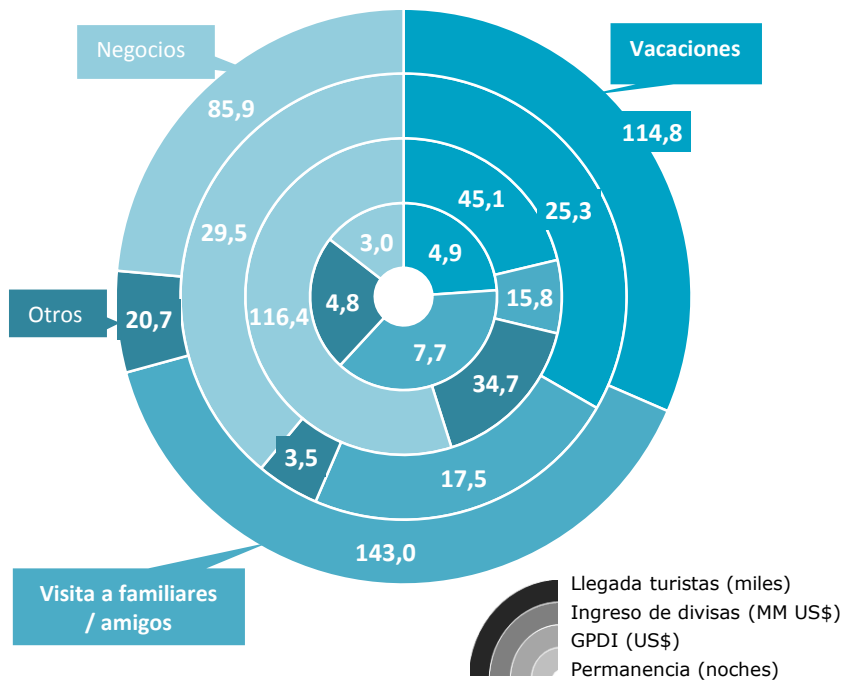
Perú con 364,4 mil llegadas, representa el 8,1% del total de llegadas turistas al país, esta representatividad cae 5 puntos porcentuales en relación a su aporte en el ingreso de divisas. Esto, como consecuencia de un GPDI que únicamente supera al realizado por los turistas bolivianos, pero que es 1,7 veces menor al GPDI de la media total de turistas. En referencia a la estacionalidad en llegadas, esta es apenas perceptible, ya que el trimestre con mayor participación (I trimestre), sólo se diferencia en 5,9 puntos porcentuales del trimestre con menor participación (II trimestre).

El principal motivo de viaje son las visitas a familiares y amigos, con una representatividad del 39,2%, los turistas de este segmento tienen una permanencia promedio de 7,7 noches y un GTI de US\$ 122,6.

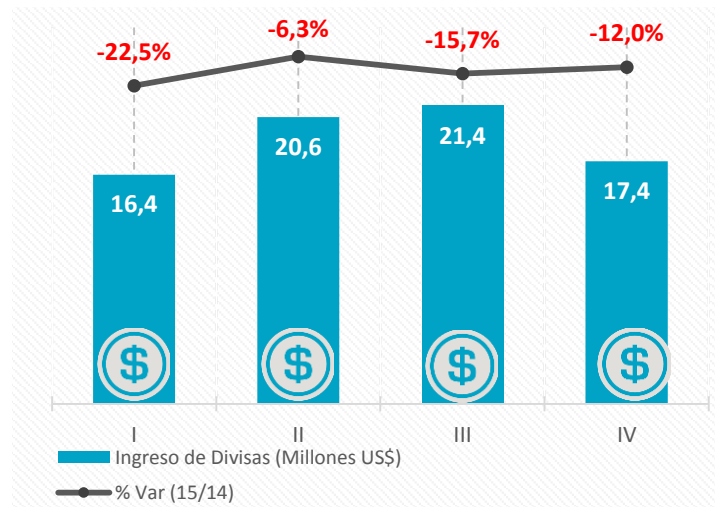
Llegada de Turistas (Miles), Trimestres Año 2015



Llegadas de turistas (miles), ingreso de divisas (millones US\$), GPDI (US\$), y permanencia promedio (noches), según principal motivo del viaje



Ingreso de Divisas (Millones US\$), Trimestres Año 2015



Nota 1:

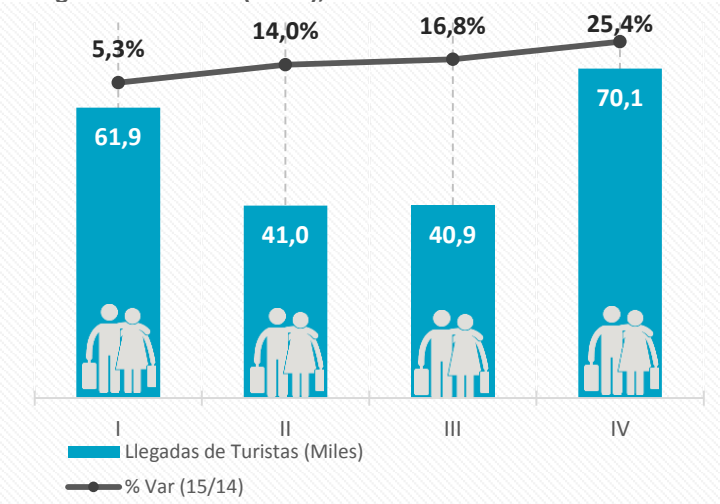
Las cifras de las variables: ingreso de divisas, GTI y GPDI, están expresadas en dólares de cada año. Considerar esta información al revisar su variación porcentual.

Nota 2:

En "Otros Motivos" se incorporaron los motivos: Estudios, Salud, Conexión y otros. Cifras por país de residencia

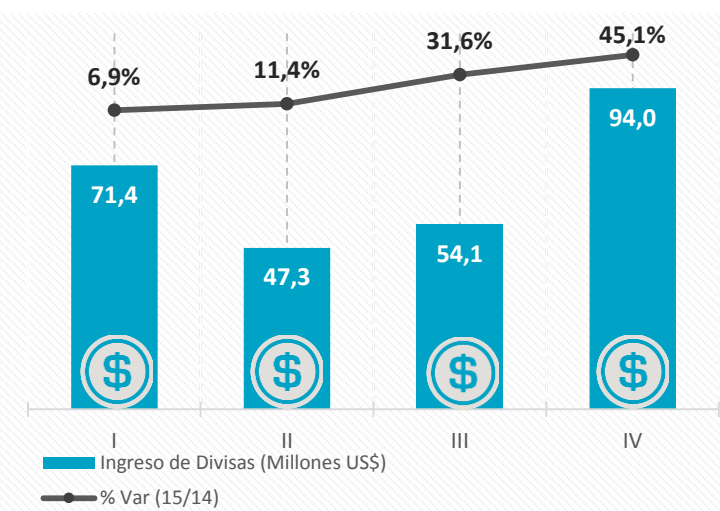


Llegada de Turistas (Miles), Trimestres Año 2015

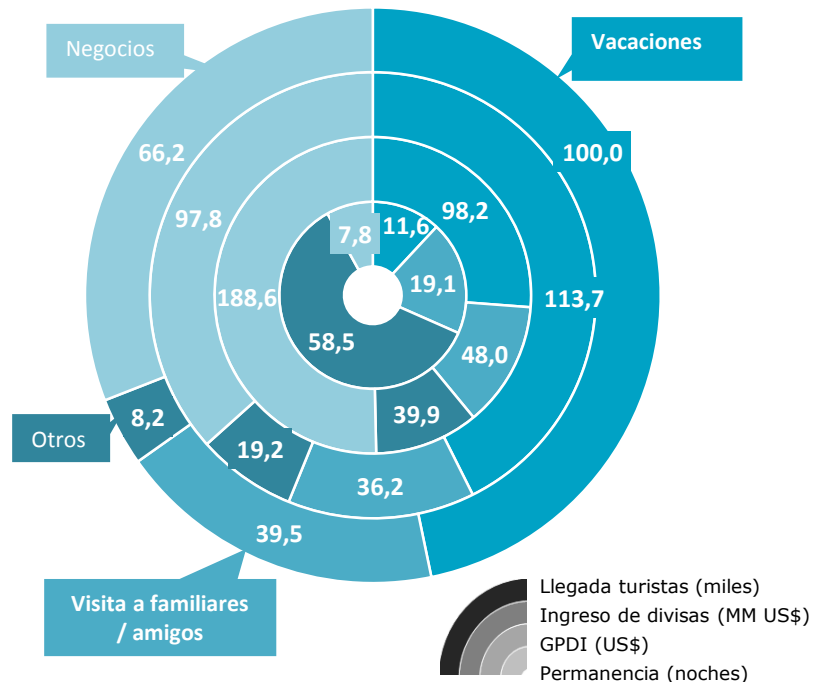


EE.UU. registró un **incremento en las llegadas** de turistas y el **ingreso de divisas**, esto último pese a la **disminución en 1,2 noches** en su permanencia promedio en relación a la cifra 2014. Esto debido al **incremento nominal del 17,3% en su GPDI** el cual paso de US\$ 78,1 en el 2014 a US\$ 91,6 en el 2015.

Ingreso de Divisas (Millones US\$), Trimestres Año 2015



Llegadas de turistas (miles), ingreso de divisas (millones US\$), GPDI (US\$), y permanencia promedio (noches), según principal motivo del viaje



Nota 1:

Las cifras de las variables: ingreso de divisas, GTI y GPDI, están expresadas en dólares de cada año. Considerar esta información al revisar su variación porcentual.

Nota 2:

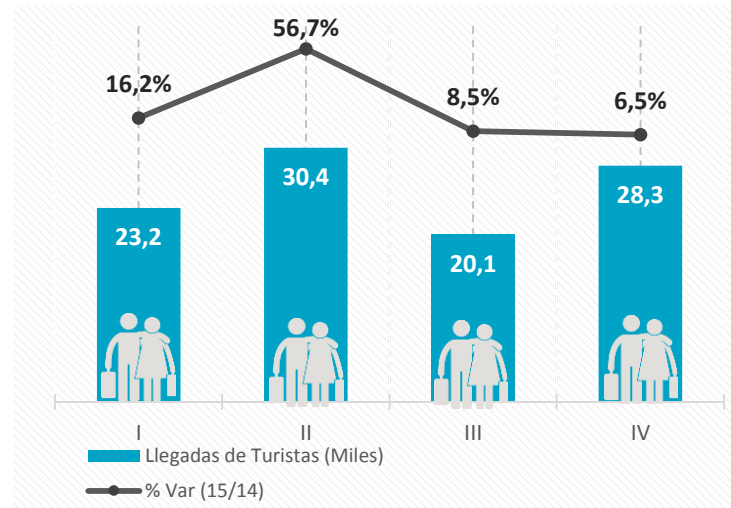
En " Otros Motivos " se incorporaron los motivos: Estudios, Salud, Conexión y otros. Cifras por país de residencia

COLOMBIA

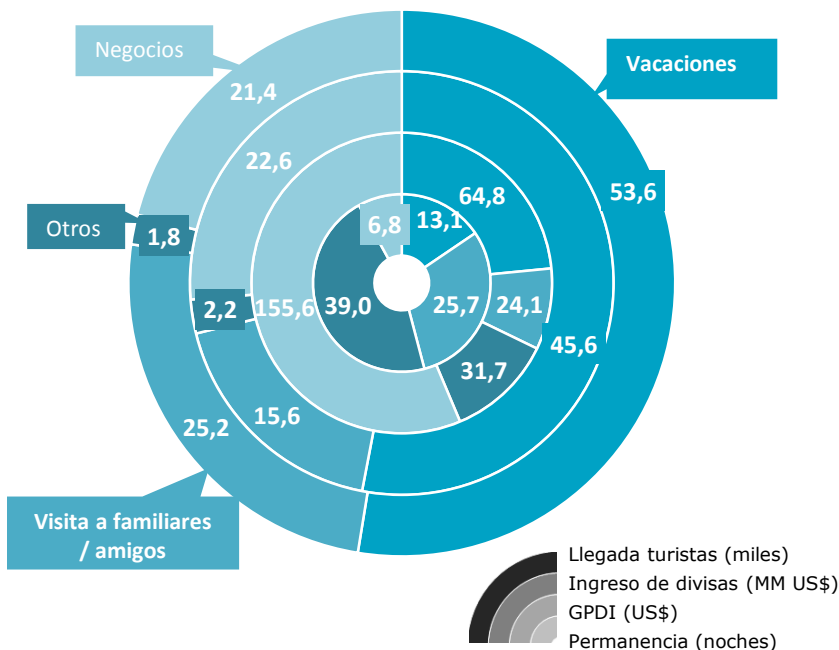


Colombia, durante el 2015, registró un alza del **+20,8%**³ en las llegadas de turistas, las que generaron ingresos por 86,0 millones de dólares. El principal motivo de viaje declarado por los turistas de este mercado son las vacaciones, con una participación relativa del 52,6%.

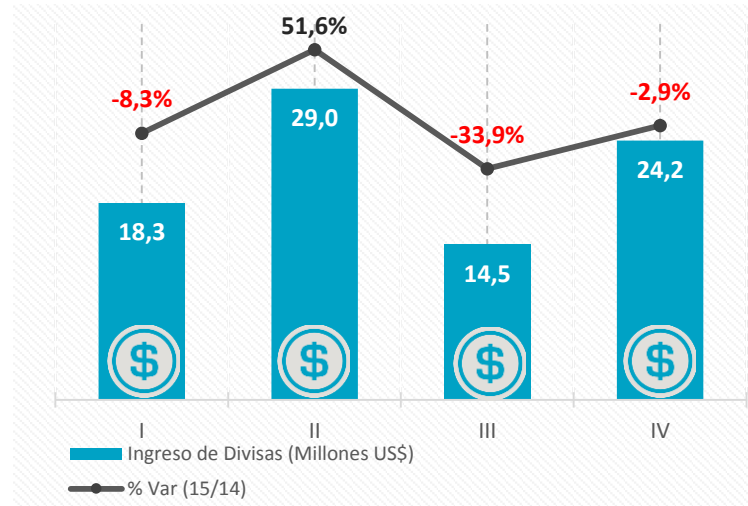
Llegada de Turistas (Miles), Trimestres Año 2015



Llegadas de turistas (miles), ingreso de divisas (millones US\$), GPDI (US\$), y permanencia promedio (noches), según principal motivo del viaje



Ingreso de Divisas (Millones US\$), Trimestres Año 2015



Nota 1:

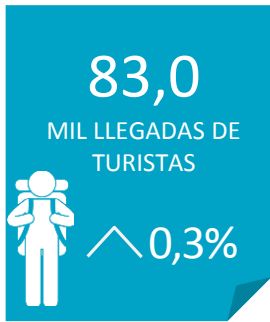
Las cifras de las variables: ingreso de divisas, GTI y GPDI, están expresadas en dólares de cada año. Considerar esta información al revisar su variación porcentual.

Nota 2:

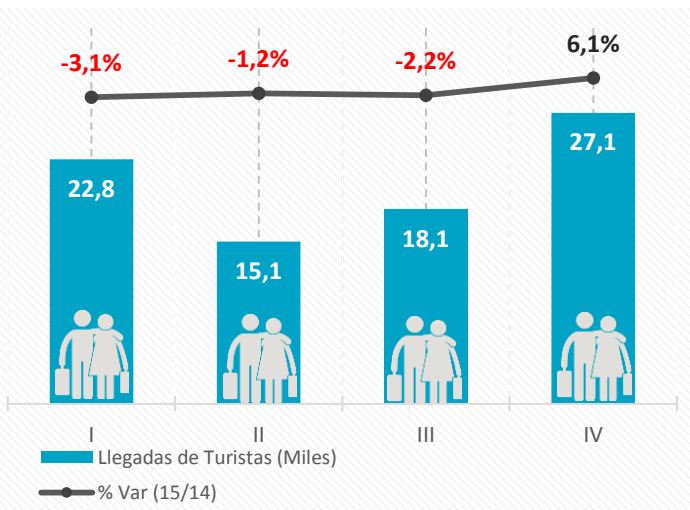
En "Otros Motivos" se incorporaron los motivos: Estudios, Salud, Conexión y otros. Cifras por país de residencia

(3) La creciente alza se debe analizar considerando que podrían estar vinculadas a movimientos con fines migratorios. Durante el 2015 el otorgamiento de permisos de residencia definitiva a nacionales colombianos creció un 55,6%, mientras que las visas temporales lo hicieron en un 26,1%.

Fuente: Departamento de Extranjería. <http://www.extranjeria.gob.cl/estadisticas-migratorias/>

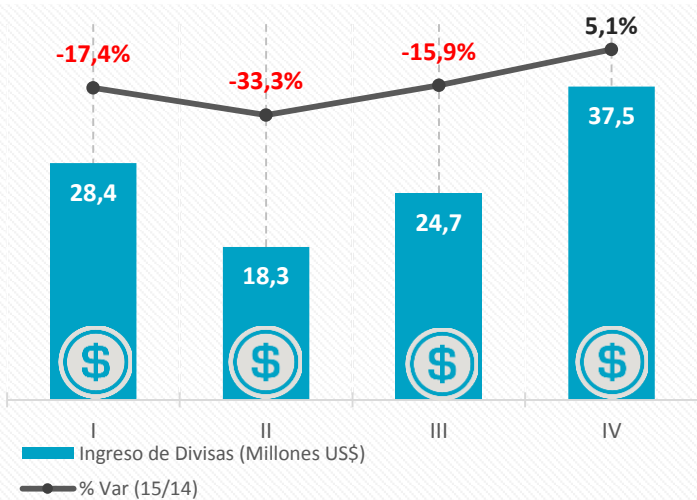


Llegada de Turistas (Miles), Trimestres Año 2015

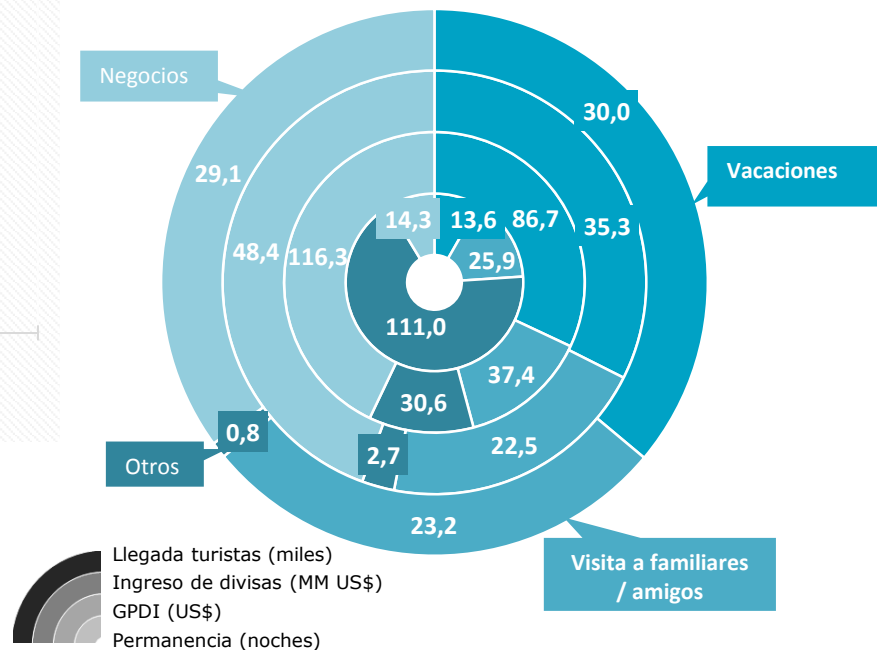


El turista residente en **España**, registra el **GTI más alto (US\$ 1.311,5)** de los países en estudio, **2,4 veces mayor al GTI del total de turistas** (US\$ 542,9); esto como resultado de una permanencia promedio de 18,2 noches, cifra 9,7 noches superior a la media total (8,5 noches). Las **vacaciones** son el motivo con mayor participación, **36,1%**; sin embargo las llegadas motivadas por los **negocios** representan el **35,0%** del movimiento total de turistas de este mercado. Es importante mencionar, que al desagregar las llegadas por "Otros Motivos", el 81,4% de estas corresponden específicamente al motivo "Estudios", lo que explica la alta cifra de la variable permanencia promedio (111,0 noches).

Ingreso de Divisas (Millones US\$), Trimestres Año 2015



Llegadas de turistas (miles), ingreso de divisas (millones US\$), GPDI (US\$), y permanencia promedio (noches), según principal motivo del viaje



Nota 1:

Las cifras de las variables: ingreso de divisas, GTI y GPDI, están expresadas en dólares de cada año. Considerar esta información al revisar su variación porcentual.

Nota 2:

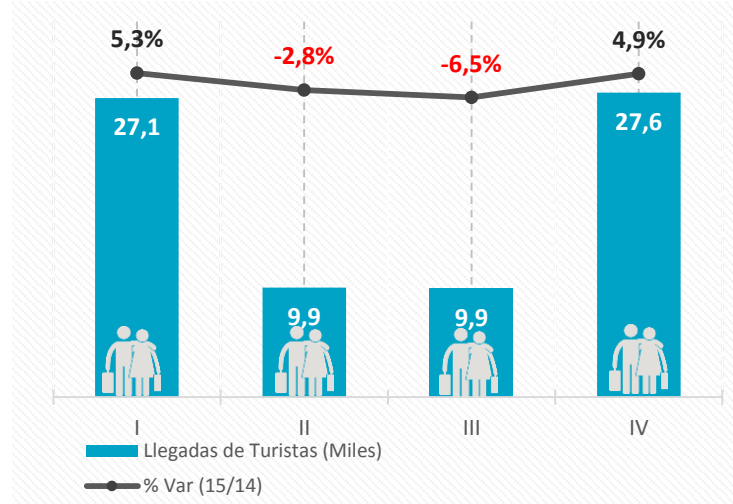
En "Otros Motivos" se incorporaron los motivos: Estudios, Salud, Conexión y otros. Cifras por país de residencia

ALEMANIA

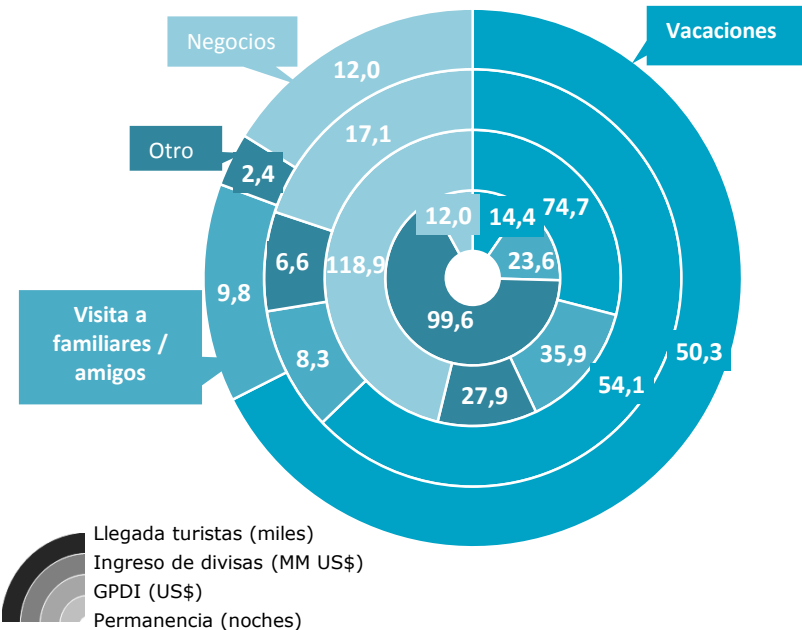


Las **74,4 mil llegadas de turistas** residentes en **Alemania**, muestran una distribución altamente **estacional**, concentrando el **73,4%** durante el **primer y cuarto trimestre**, 46,8 puntos porcentuales sobre el movimiento observado durante el segundo y tercer trimestre. El **GPDI** de los turistas residentes en Alemania fue de **US\$ 64,4** cifra prácticamente igual a la registrada por el total de turistas (US\$ 64,0); sin embargo la permanencia promedio fue 9,5 noches mayor. El principal motivo de viaje son las **vacaciones** con una participación relativa del **67,5%** sobre el total de llegadas de turistas de este mercado.

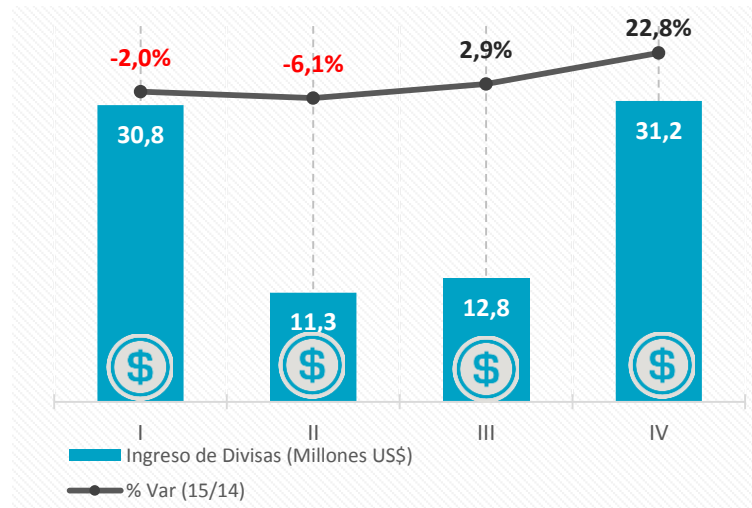
Llegada de Turistas (Miles), Trimestres Año 2015



Llegadas de turistas (miles), ingreso de divisas (millones US\$), GPDI (US\$), y permanencia promedio (noches), según principal motivo del viaje



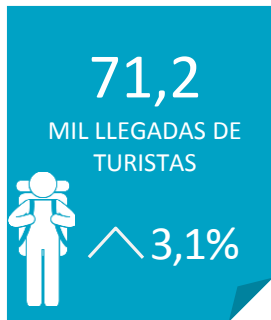
Ingreso de Divisas (Millones US\$), Trimestres Año 2015



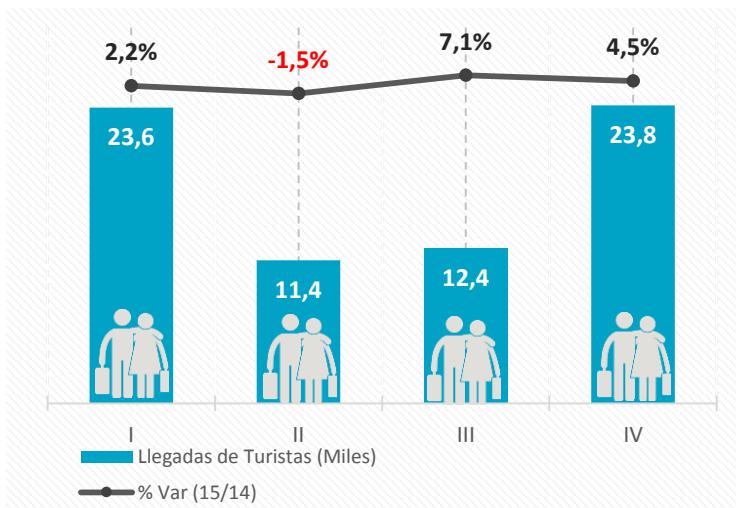
Nota 1:
Las cifras de las variables: ingreso de divisas, GTI y GPDI, están expresadas en dólares de cada año. Considerar esta información al revisar su variación porcentual.

Nota 2:
En "Otros Motivos" se incorporaron los motivos: Estudios, Salud, Conexión y otros.
Cifras por país de residencia

FRANCIA



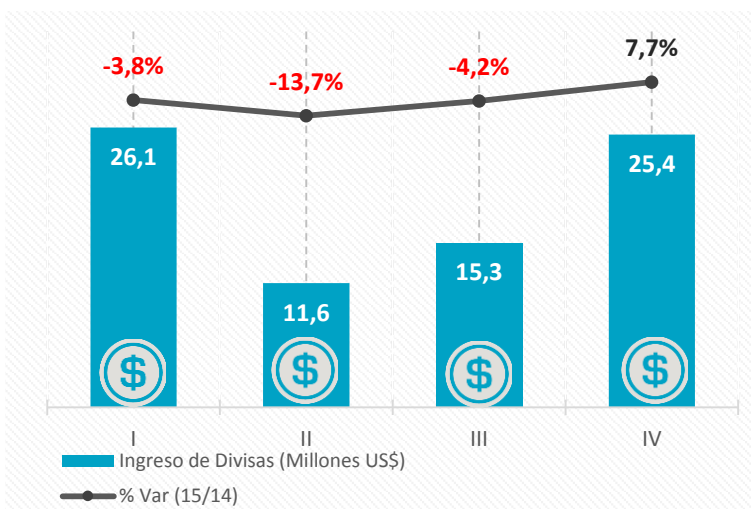
Llegada de Turistas (Miles), Trimestres Año 2015



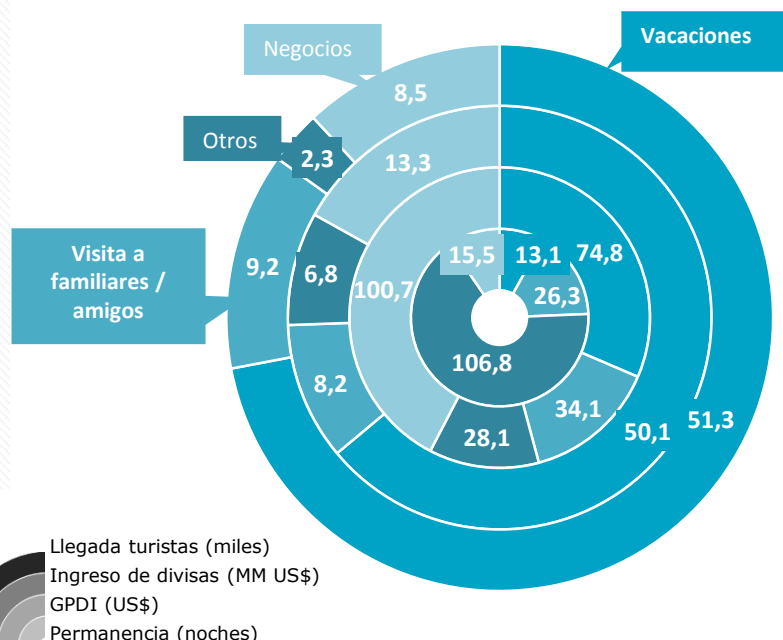
Las **71,2 mil llegadas de turistas** residentes en **Francia**, representan el 1,6% sobre el total de turistas y el 16,5% del total de turistas residentes en Europa. Al igual que en otros mercados de larga distancia, las llegadas desde Francia muestran una tendencia estacional de carácter estival, concentrándose durante el **primer y cuarto trimestre en un 66,6%**.

Con una fuerte representatividad (72,0%) sobre el total de llegadas del mercado, las **vacaciones** son el **principal motivo de visita**, los turistas de este segmento registraron un **GTI de US\$ 976,5** y una **permanencia promedio de 13,1 noches**. Por su parte, la alta permanencia por "otros motivos" (106,8 noches), esta asociada al motivo "Estudios", los cuales representan el 85,7% del total 2,3 mil llegadas de turistas franceses por "otros motivos".

Ingreso de Divisas (Millones US\$), Trimestres Año 2015



Llegadas de turistas (miles), ingreso de divisas (millones US\$), GPDI (US\$), y permanencia promedio (noches), según principal motivo del viaje



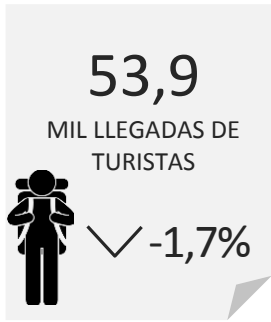
Nota 1:

Las cifras de las variables: ingreso de divisas, GTI y GPDI, están expresadas en dólares de cada año. Considerar esta información al revisar su variación porcentual.

Nota 2:

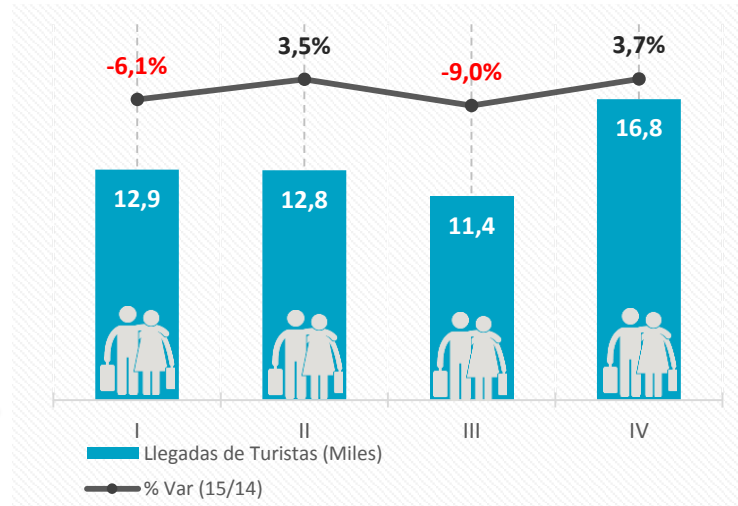
En "Otros Motivos" se incorporaron los motivos: Estudios, Salud, Conexión y otros. Cifras por país de residencia

AUSTRALIA

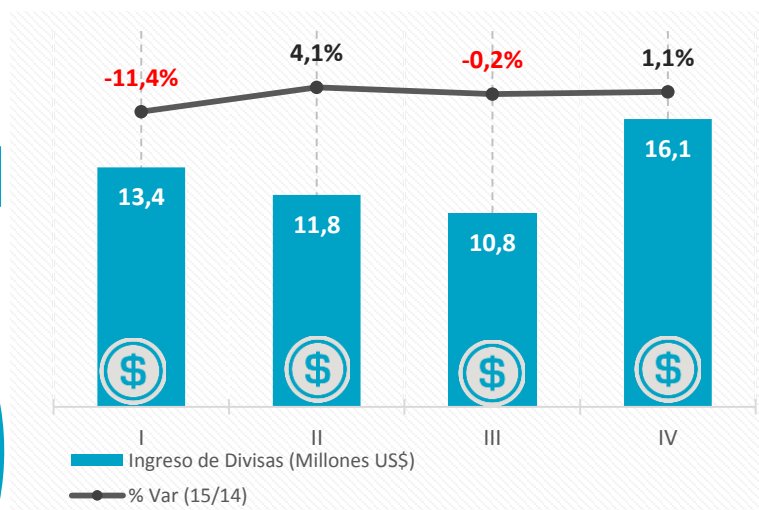


Las **53,9 mil llegadas de turistas** residentes en **Australia**, tienden a concentrarse en el cuarto trimestre con una participación del 31,2% sobre el total anual de llegadas de este mercado, solo 10,1 puntos porcentuales sobre el trimestre con menor número de llegadas (tercer trimestre 11,4 mil llegadas). El **GPDI** de los turistas residentes en Australia fue de **US\$ 91,0** cifra 27,0 dólares mayor a la media total de turistas y 21,3 dólares más de lo registrado por los turistas europeos (**US\$ 69,7**).

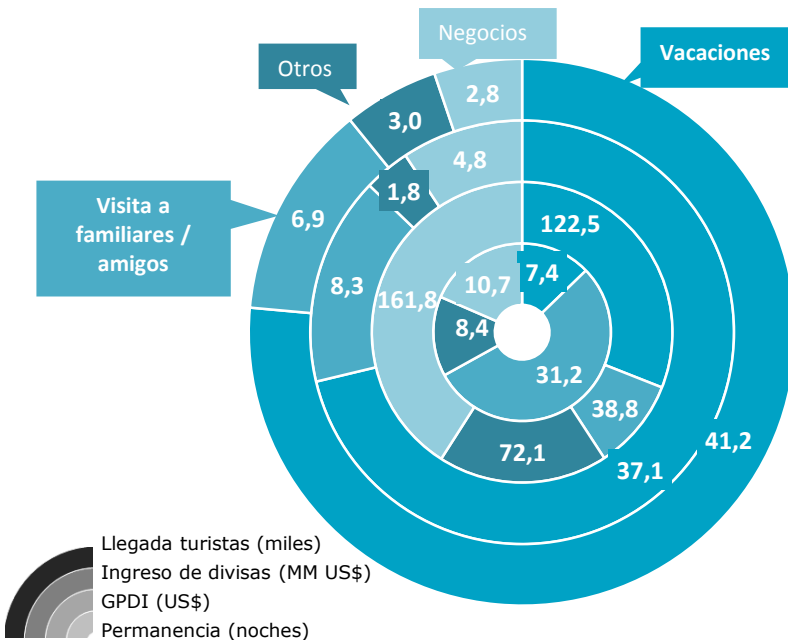
Llegada de Turistas (Miles), Trimestres Año 2015



Ingreso de Divisas (Millones US\$), Trimestres Año 2015



Llegadas de turistas (miles), ingreso de divisas (millones US\$), GPDI (US\$), y permanencia promedio (noches), según principal motivo del viaje



Nota 1:

Las cifras de las variables: ingreso de divisas, GTI y GPDI, están expresadas en dólares de cada año. Considerar esta información al revisar su variación porcentual.

Nota 2:

En "Otros Motivos" se incorporaron los motivos: Estudios, Salud, Conexión y otros. Cifras por país de residencia

Anexos

Si quiere acceder a los cuadros estadísticos, debe primero descargar este documento, abrirlo directamente donde fue almacenado y abrir el archivo adjunto:

“Cuadros Turismo Receptivo Anual 2015”.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE PUBLICACIONES

Para la Subsecretaría de Turismo y el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) es muy importante conocer su opinión. Por este motivo, le solicitamos responder una breve encuesta de satisfacción, la que servirá como insumo para mejorar continuamente los productos publicados.

Para responder la encuesta haga [click aquí](#)

