

TURISMO RECEPTIVO SEGUNDO TRIMESTRE 2016

Cifras Provisorias



TURISMO RECEPTIVO SEGUNDO TRIMESTRE 2016

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 segundo trimestre 2016, 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	9
Cinco Principales Mercados Emisores, Según País de Residencia del Turista	12
Argentina	13
Perú	14
Brasil	15
Bolivia	16
EE.UU	17
Anexos	18

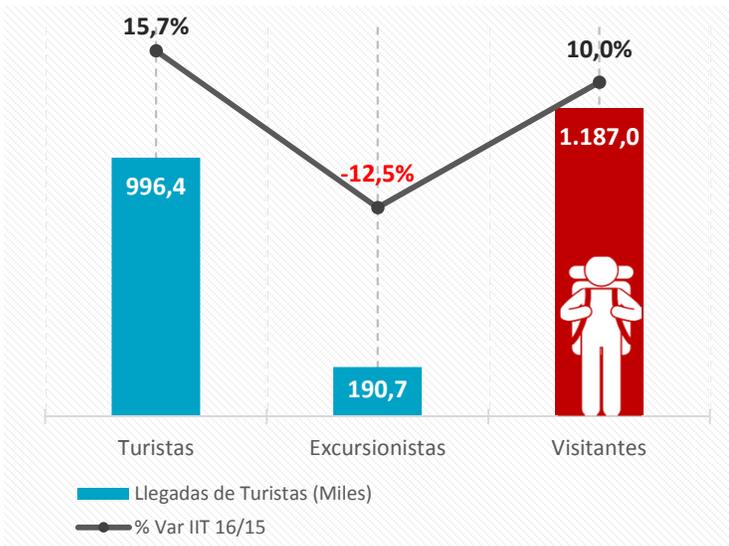
Fecha publicación: Noviembre 2016

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

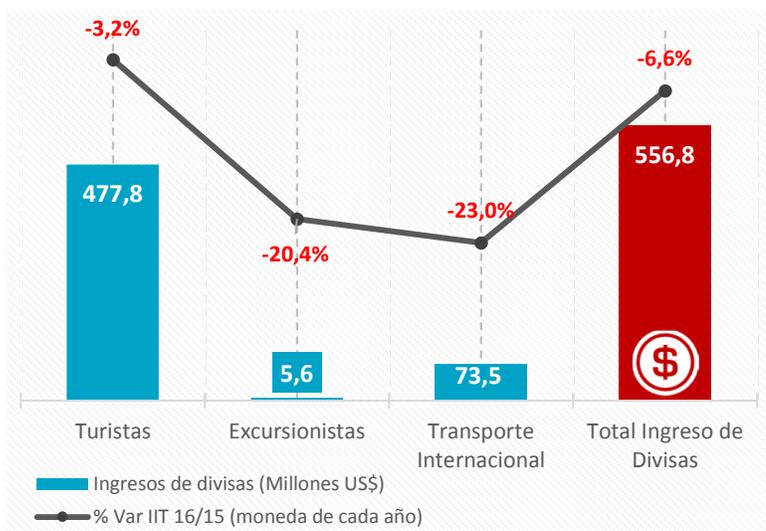
SERVICIO NACIONAL DE TURISMO
Departamento de Estadísticas
Av. Providencia 1550, Santiago, Chile
T: +56 (2) 27318625
<http://www.sernatur.cl>

RESUMEN DE LAS PRINCIPALES CIFRAS

Llegada de Visitantes (Miles), Segundo Trimestre 2016



Ingreso de divisas (Millones US\$), Segundo Trimestre 2016



3,2%

3,2%¹ fue el aporte del turismo receptivo en el **total de exportaciones de bienes y servicios**, durante el segundo trimestre del año.

La mayor participación la alcanza sobre las **exportaciones de servicios**, con un **23,9%**, cifra **2,0** puntos porcentuales inferior a la registrada en el segundo trimestre del año anterior.



Argentina, es el principal mercado emisor, con un total de **465,1 mil llegadas**, los turistas de este mercado registraron una permanencia promedio de **5,8 noches** y un **GTI US\$ 303,8**, generando un ingreso de divisas por **141,3 mil millones de dólares**.



US\$ 479,5 GTI

Gasto Total Individual de los turistas



8,5 noches

Permanencia promedio de los turistas.



Las Vacaciones

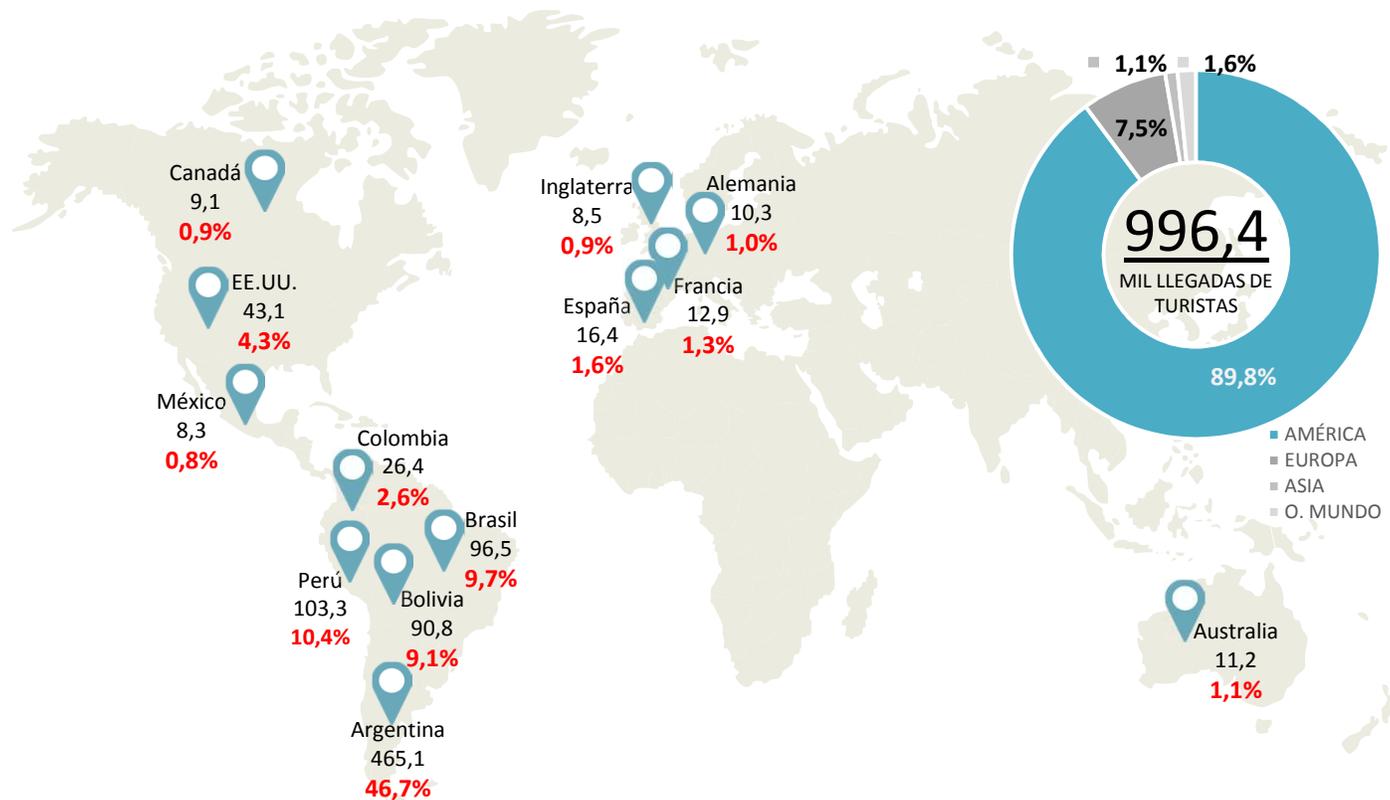
fueron el principal motivo de viaje durante la segunda fracción del año. Los **449,9 mil** turistas de este segmento, registraron un **GTI de US\$ 493,2** y una permanencia promedio de **8,0 noches**.



185,0 mil turistas

motivados por los Negocios arribaron durante el segundo trimestre del año. Registraron un **GTI de US\$ 809,4** y una permanencia promedio de **7,5 noches**.

Participación de los Mercados en el Total de Llegada de Turistas, Segundo Trimestre 2016



996,4

Total Llegadas de Turistas
Segundo Trimestre 2016

Argentina, es el principal mercado emisor, con un incremento del **+29,0%** en sus llegadas, registra una participación del **46,7%** sobre el total de llegadas de turistas del segundo trimestre.

Con una participación del 9,7% sobre el total de llegadas, los turistas residentes en **Brasil** registraron el **GPI más alto del trimestre**, con **US\$ 95,1**.

Los turistas residentes en **Canadá** con **28,6 noches**, son quienes registran el número más alto de permanencia promedio.

Destacan los mercados de Argentina, Perú, Canadá, O. América y Francia por los positivos incrementos en las llegadas con tasas de +29,0%, +28,5%, +13,6%, +15,3% y +13,1% respectivamente.

Los 10 principales mercados, según sus llegadas durante segundo trimestre 2016

	ARGENTINA
1º	Llegadas de turistas 465.095
	Ingreso de divisas US\$ 141.276.671
	GTI (US\$) 303,8
	GPDI (US\$) 52,7
	Permanencia (noches) 5,8

	PERÚ
2º	Llegadas de turistas 103.320
	Ingreso de divisas US\$ 17.304.222
	GTI (US\$) 167,5
	GPDI (US\$) 35,9
	Permanencia (noches) 4,7

	BRASIL
3º	Llegadas de turistas 96.548
	Ingreso de divisas US\$ 66.193.610
	GTI (US\$) 685,6
	GPDI (US\$) 95,1
	Permanencia (noches) 7,2

	BOLIVIA
4º	Llegadas de turistas 90.790
	Ingreso de divisas US\$ 16.624.387
	GTI (US\$) 183,1
	GPDI (US\$) 38,3
	Permanencia (noches) 4,8

	EEUU
5º	Llegadas de turistas 43.054
	Ingreso de divisas US\$ 42.937.403
	GTI (US\$) 997,3
	GPDI (US\$) 73,0
	Permanencia (noches) 13,7

	COLOMBIA
6º	Llegadas de turistas 26.400
	Ingreso de divisas US\$ 17.121.610
	GTI (US\$) 648,5
	GPDI (US\$) 33,1
	Permanencia (noches) 19,6

	ESPAÑA
7º	Llegadas de turistas 16.433
	Ingreso de divisas US\$ 19.264.485
	GTI (US\$) 1.172,3
	GPDI (US\$) 67,8
	Permanencia (noches) 17,3

	FRANCIA
8º	Llegadas de turistas 12.926
	Ingreso de divisas US\$ 15.250.920
	GTI (US\$) 1.179,9
	GPDI (US\$) 49,4
	Permanencia (noches) 23,9

	AUSTRALIA
9º	Llegadas de turistas 11.160
	Ingreso de divisas US\$ 9.663.504
	GTI (US\$) 865,9
	GPDI (US\$) 73,2
	Permanencia (noches) 11,8

	ALEMANIA
10º	Llegadas de turistas 10.302
	Ingreso de divisas US\$ 10.413.026
	GTI (US\$) 1.010,8
	GPDI (US\$) 53,2
	Permanencia (noches) 19,0

996.352

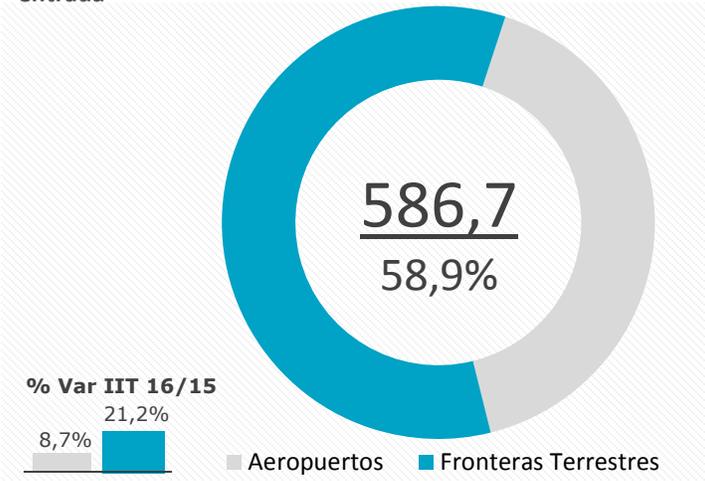
Total Llegadas Turistas
Segundo Trimestre 2016



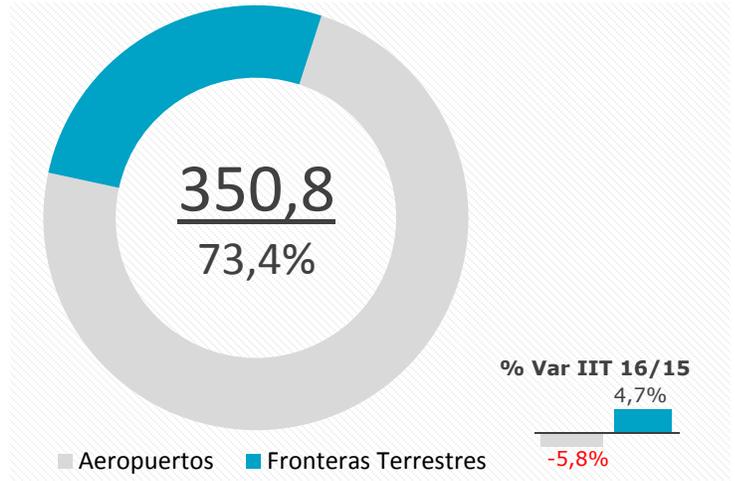
Nota:
Cifras por país de residencia.

Vías de Entrada al País

Participación de las llegadas de turistas (miles), según vía de entrada



Participación del ingreso de divisas (millones US\$), según vía de entrada



Las fronteras terrestres en su conjunto son la principal puerta de entrada al país, con un incremento del **+21,2%**, las **586,7** mil **llegadas** representan el **58,9%** del total de llegadas del trimestre, participación que baja 32,3 puntos porcentuales en cuanto al **ingreso de divisas**, frente al cual, su representatividad es del **26,6%**.

El turista que ingresa vía **aeropuertos** registra un **GTI US\$ 856,3** esto es 4,0 veces más alto que aquel que ingresa por fronteras terrestres (US\$ 216,4).



US\$ 216,4

Gasto Total Individual
GTI

US\$ -13,6%

6,2

Permanencia Promedio
(Noches)

-9,7%

Fronteras Terrestres

US\$ 856,3

Gasto Total Individual
GTI

US\$ -13,3%

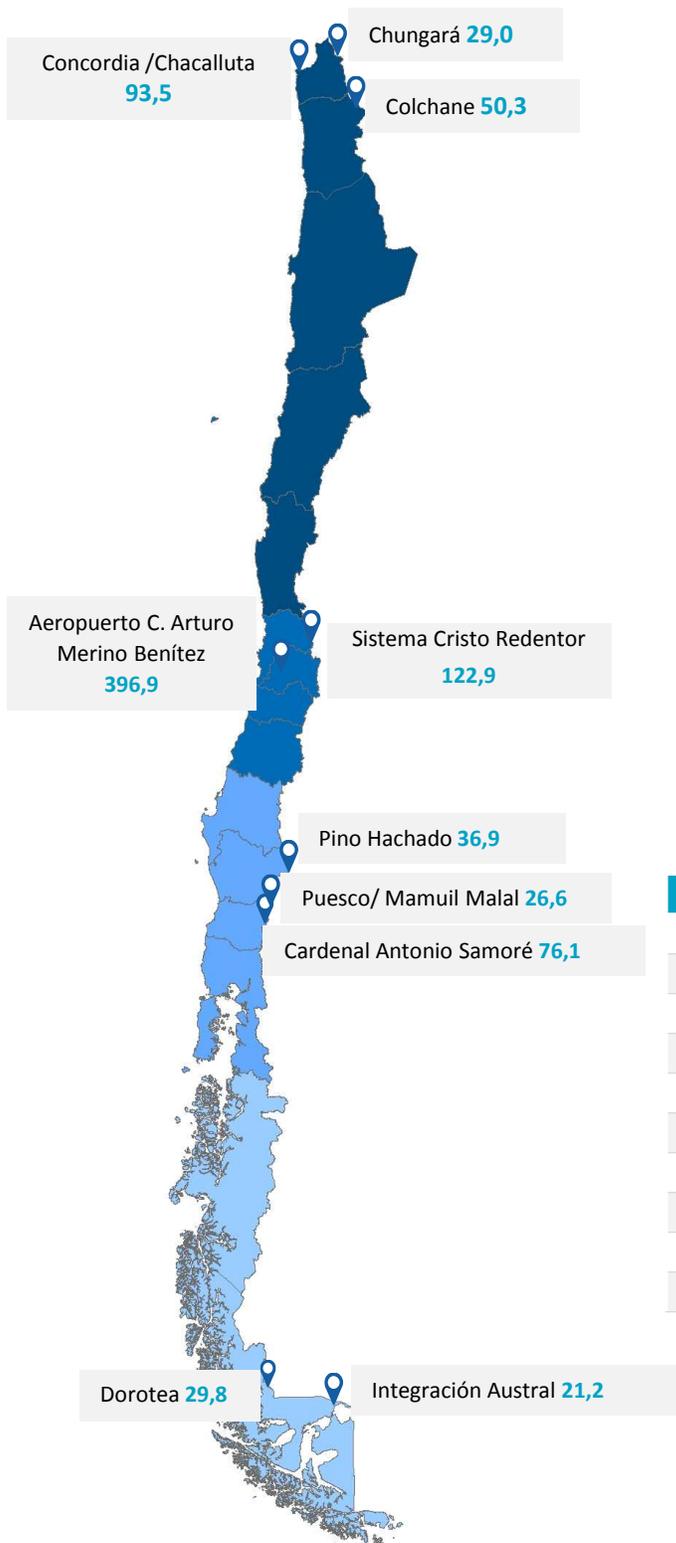
11,8

Permanencia Promedio
(Noches)

+7,5%

Aeropuertos

Los 10 Principales Puntos de Ingreso al País, Segundo Trimestre 2016, según Llegadas de Turistas (Miles).



El **Aeropuerto Arturo Merino Benítez** con un incremento del **+8,7%** registró un total de **396,9** mil llegadas durante el segundo trimestre 2016.

El **Sistema Cristo Redentor** es el principal paso fronterizo terrestre, con **122,9** mil llegadas, representando el 12,3% del total de ingresos de turistas al país, 27,5 puntos porcentuales por debajo de la representatividad del Aeropuerto CAMB.



Punto Fronterizo	Llegada (miles)	% Var IIT 16/15
1° Aeropuerto C. Arturo Merino Benítez	396,9	8,7%
2° Sistema Cristo Redentor (Los Libertadores)	122,9	-14,5%
3° Concordia (Chacalluta)	93,5	34,0%
4° Cardenal Antonio Samoré	76,1	82,3%
5° Colchane	50,3	8,3%
6° Pino Hachado	36,9	73,8%
7° Dorotea	29,8	30,6%
8° Chungará	29,0	-4,8%
9° Puesto (Mamuil Malal)	26,6	91,3%
10° Integración Austral (Monte Aymond)	21,2	5,3%

996,4

Total Llegadas Turistas Segundo Trimestre 2016 (Miles)

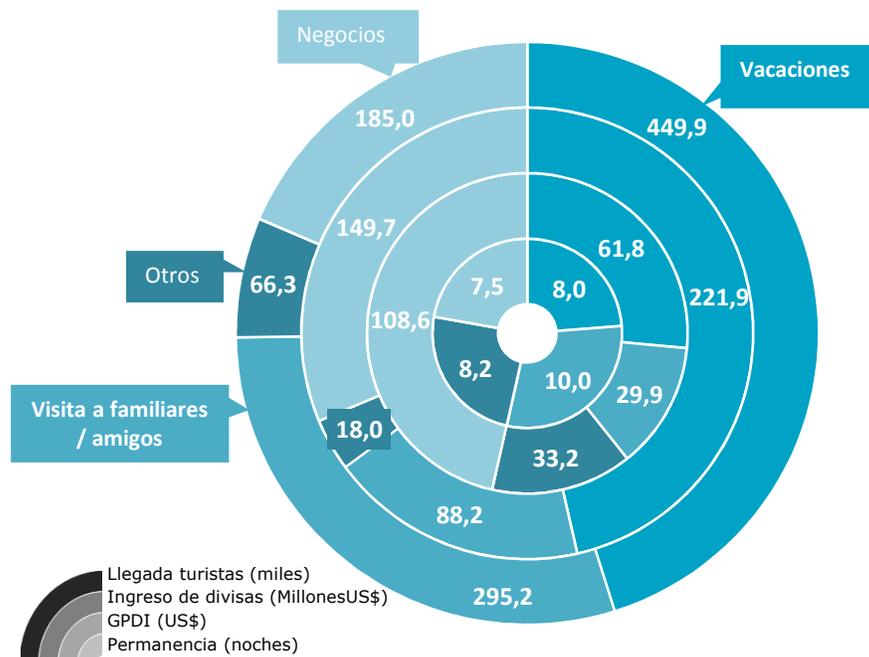
Fuente: Jefatura Nacional de Extranjería y Policía Internacional, Carabineros de Chile

PRINCIPAL MOTIVO DEL VIAJE



PRINCIPAL MOTIVO DEL VIAJE

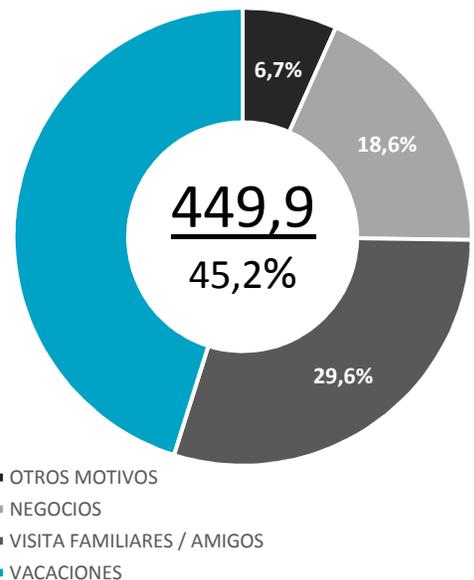
Llegadas de turistas (miles), ingreso de divisas (millones US\$), GPDI (US\$), y permanencia promedio (noches), según principal motivo del viaje



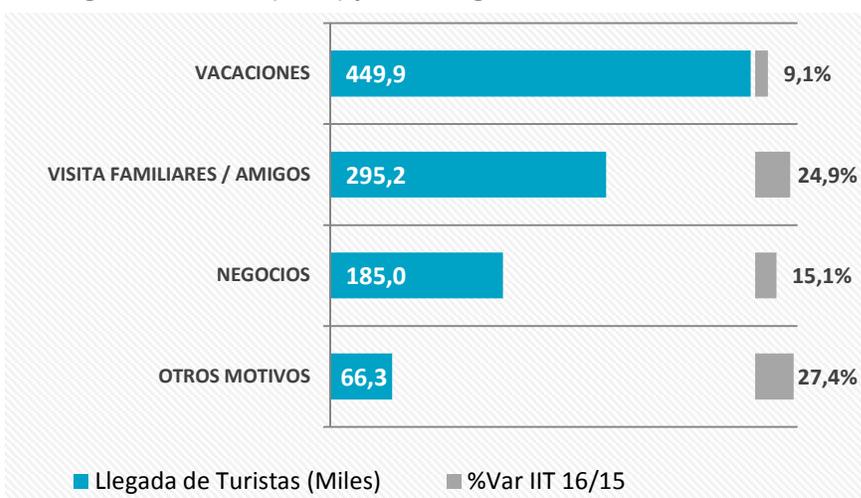
Las llegadas de turistas motivados por las **Vacaciones** representaron el 45,2% del total de llegadas de turistas del trimestre. Los **449,9 mil turistas** de este segmento, generaron ingresos por **221,9** millones de dólares. Quienes ingresaron al país por este motivo registraron un **GPDI** de **US\$ 61,8** y una permanencia promedio de 8,0 noches.

9,1%

Participación en la Llegada de Turistas, según Motivo del Viaje, Segundo Trimestre 2016



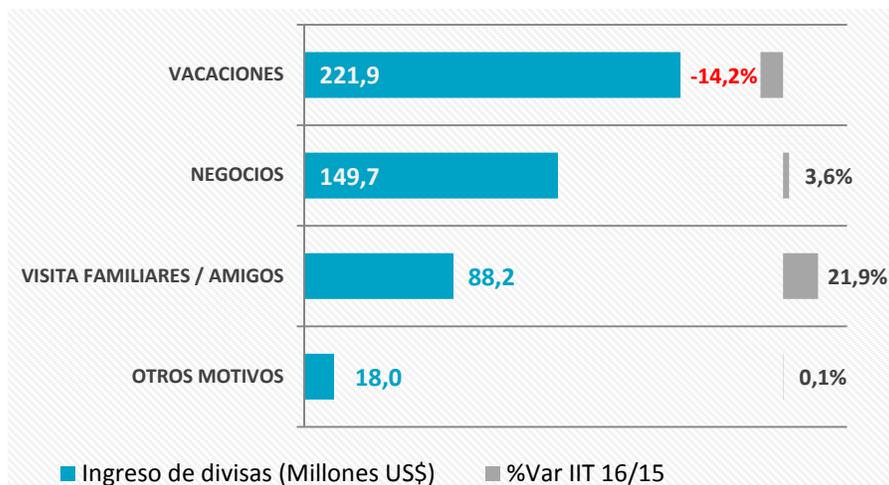
Llegada de Turistas (Miles) y % Var. Segundo Trimestre 2016/2015



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. Segundo Trimestre 2016/2015

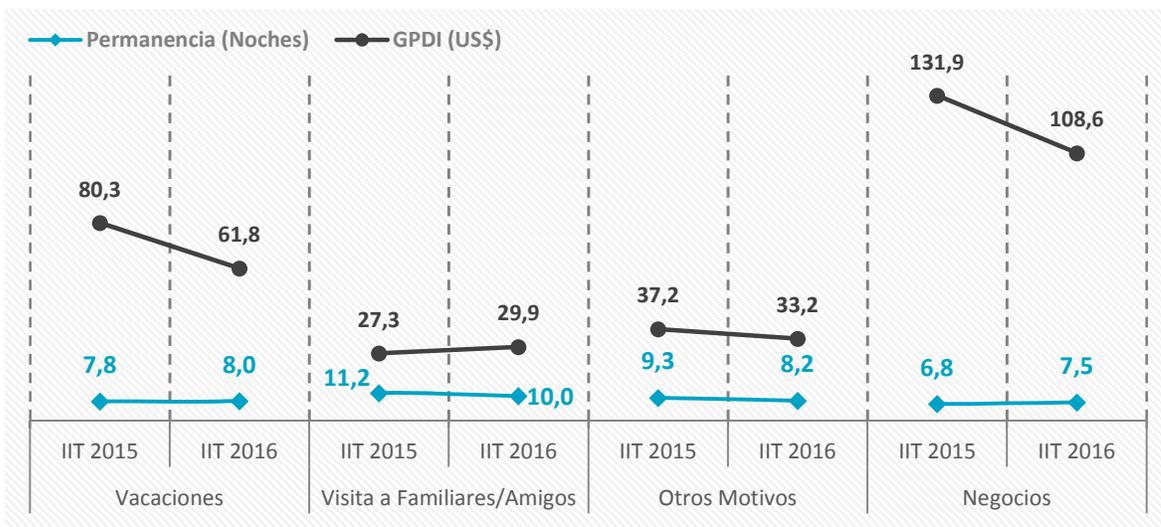


Las llegadas de turistas por **visita a familia /amigos** se incrementaron en un **+24,9%**, y este crecimiento impactó positivamente en el ingreso de divisas (**+21,9% nominal**). El **GPD** de los turistas de este segmento (**US\$ 29,9**) es **3,6 veces menor al GPD** de los **turistas de negocios** y 2,1 veces menor al GPD de los turistas de vacaciones.



El gasto promedio diario individual (GPD) de los turistas del segmento **negocios**, fue para este trimestre de **US\$ 108,6**, esta cifra es **2,3 veces mayor al GPD** de los turistas que ingresan al país por **motivos personales (US\$ 46,4)**.

Permanencia Promedio (noches), GPD (US\$), según Principal Motivo del Viaje, Segundo Trimestre 2016



Llegadas de turistas (miles), Ingreso de Divisas (millones US\$), GTI (US\$), GPD (US\$) y Permanencia Promedio (noches), según Principal Motivo del Viaje y su Variación Porcentual, Segundo Trimestre 2016.

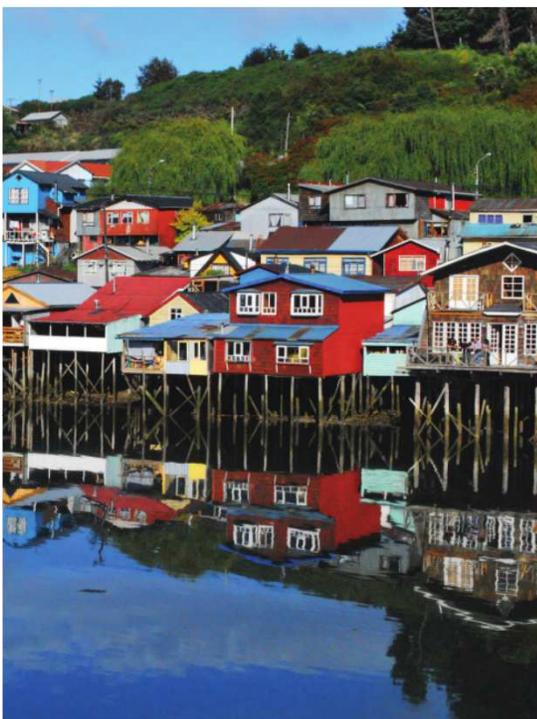
Motivo	Llegadas Turistas (Miles)	% Var IIT 16/15	Ingreso de Divisas (MMUS\$)	% Var IIT 16/15	GTI (US\$)	% Var IIT 16/15	GPD (US\$)	% Var IIT 16/15	Perm. (noches)	% Var IIT 16/15
Personales	811,4	15,8%	328,1	-6,0%	404,3	-18,8%	46,4	-15,6%	8,7	-3,9%
Vacaciones	449,9	9,1%	221,9	-14,2%	493,2	-21,4%	61,8	-23,0%	8,0	2,0%
Visita Familia/Amigos	295,2	24,9%	88,2	21,9%	298,7	-2,4%	29,9	9,6%	10,0	-11,0%
Otros	66,3	27,4%	18,0	0,1%	271,0	-21,5%	33,2	-10,6%	8,2	-12,1%
Negocios	185,0	15,1%	149,7	3,6%	809,4	-9,9%	108,6	-17,7%	7,5	9,4%
Total	996,4	15,7%	477,8	-3,2%	479,5	-16,3%	56,5	-14,7%	8,5	-1,9%



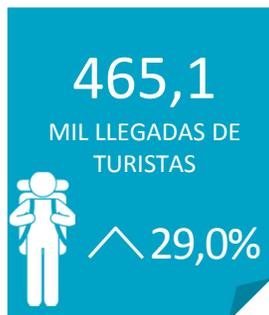
Nota:

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

5 PRINCIPALES MERCADOS EMISORES



ARGENTINA

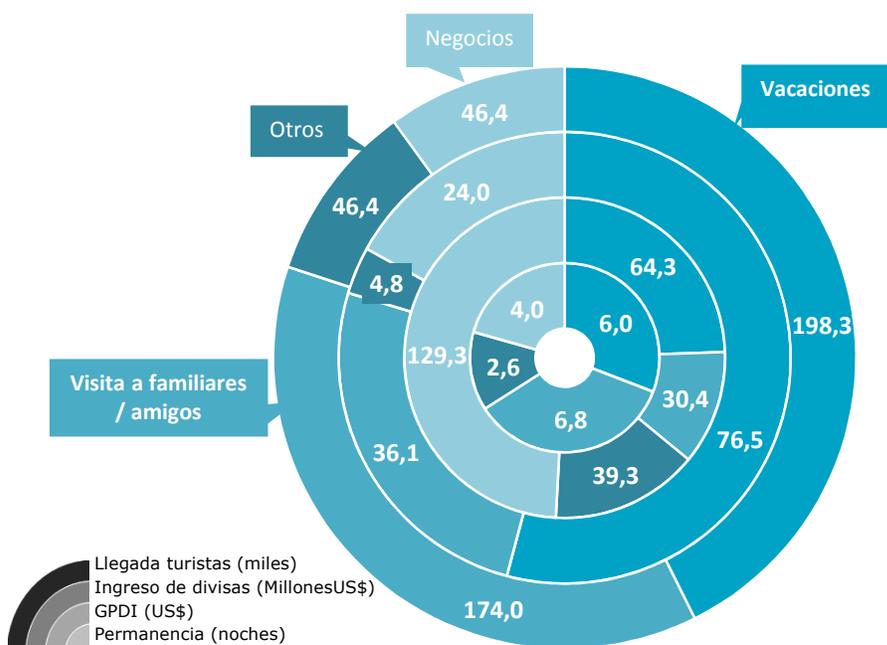


Argentina es el principal país emisor de turistas a nuestro país. **El GPDI** de los turistas de este mercado fue de **US\$ 52,7**, esto es, 3,8 dólares menos que el GPDI registrado por el total de turistas (US\$ 56,5) del trimestre. El **principal motivo de viaje fueron las vacaciones** con una participación relativa 42,6% sobre las 465,1 mil llegadas; sin embargo son los turistas de **negocios** quienes registran el **GTI más alto**, con **US\$517,8**.

Participación en la Llegada de Turistas, según Motivo del Viaje, Segundo Trimestre 2016



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

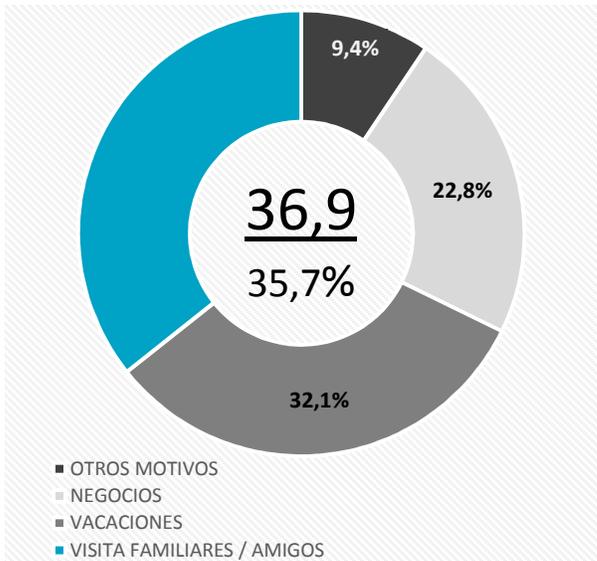


Nota 1:
Las cifras de las variables: ingreso de divisas, GTI y GPDI, están expresadas en dólares de cada año. Considerar esta información al revisar su variación porcentual.

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



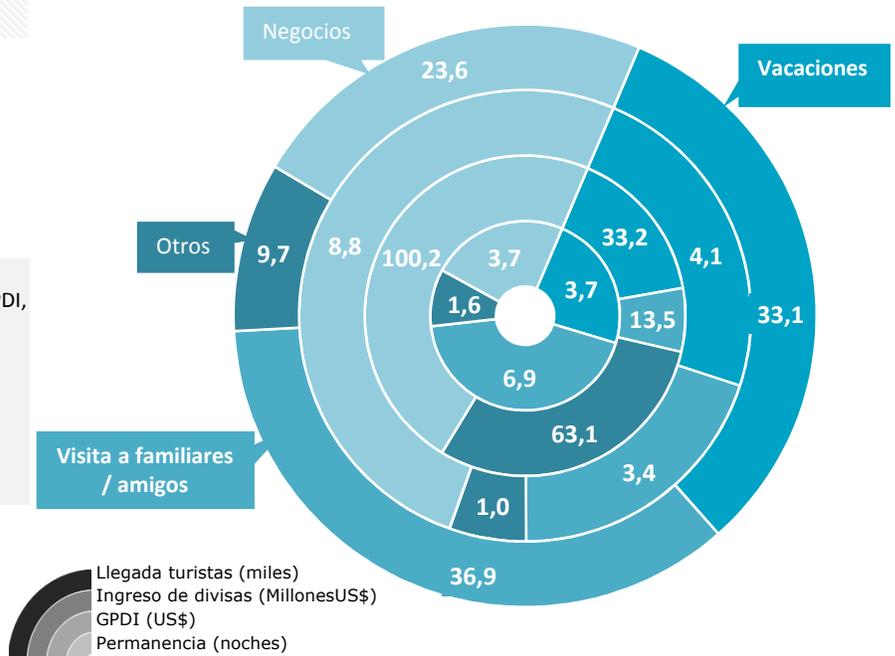
Participación en la Llegada de Turistas, según Motivo del Viaje, Segundo Trimestre 2016



Perú con sus **103,3 mil llegadas**, representa el **10,4%** del total de llegadas turistas del segundo trimestre, esta representatividad cae 6,7 puntos porcentuales en relación a su aporte en el ingreso de divisas. Esto, como consecuencia de su **GPDI, US\$35,9**, cifra que únicamente supera al gasto realizado por los turistas colombianos, pero que **es 1,6 veces menor al GPDI de la media total** de turistas.

Distinto a lo observado en el resto de los mercados, el **principal motivo de viaje son las visitas a familiares y amigos**, con una representatividad del 35,7%, los turistas de este segmento tienen una permanencia promedio de 6,9 noches y un GTI de US\$ 93,5.

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 .

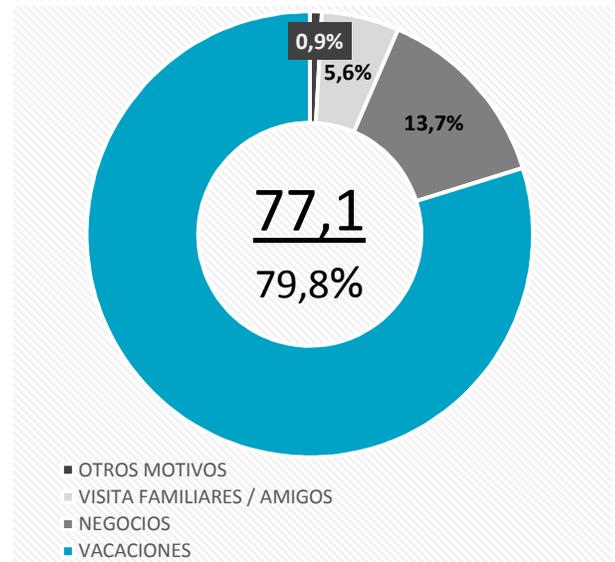
BRASIL



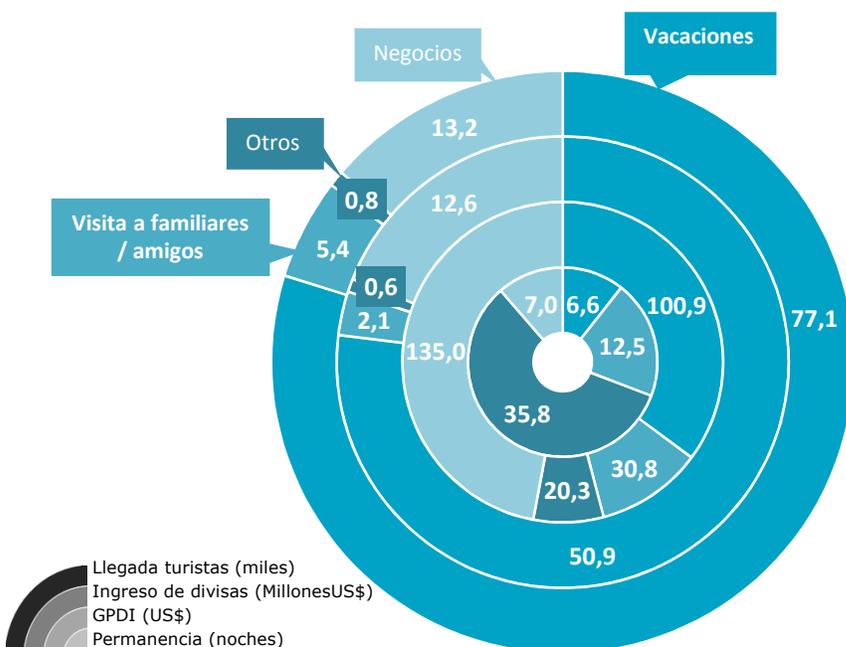
Brasil presenta cifras a la baja en relación a las llegadas de turistas, situación que se ha observado desde el cuarto trimestre del año 2015. Estos decrecimientos pueden estar relacionados con el complicado momento económico, político y social que atraviesa el país, el FMI durante el mes de octubre, proyectó una tasa de crecimiento económico para este 2016 en un -3,3%,¹ , 0,5 puntos porcentuales superior a lo señalado en el mes de abril; mientras que la tasa de desempleo alcanzaría un 11,2%.

Sin embargo, es necesario puntualizar que el escenario negativo de llegada de turistas se disipa al comparar las cifras con igual trimestre del año 2004, frente al cual el incremento es de +23,4%.

Participación en la Llegada de Turistas, según Motivo del Viaje, Segundo Trimestre 2016



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.

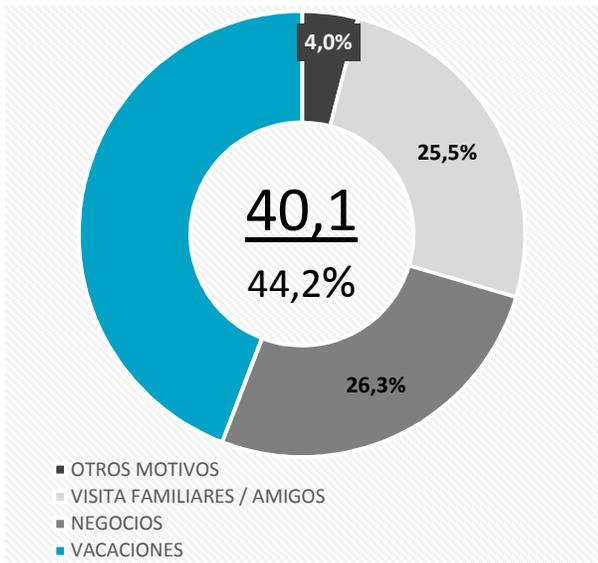
Nota 2:

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

1: Fuente: Fondo Monetario Internacional. PIB en precios constantes Última actualización octubre 2016



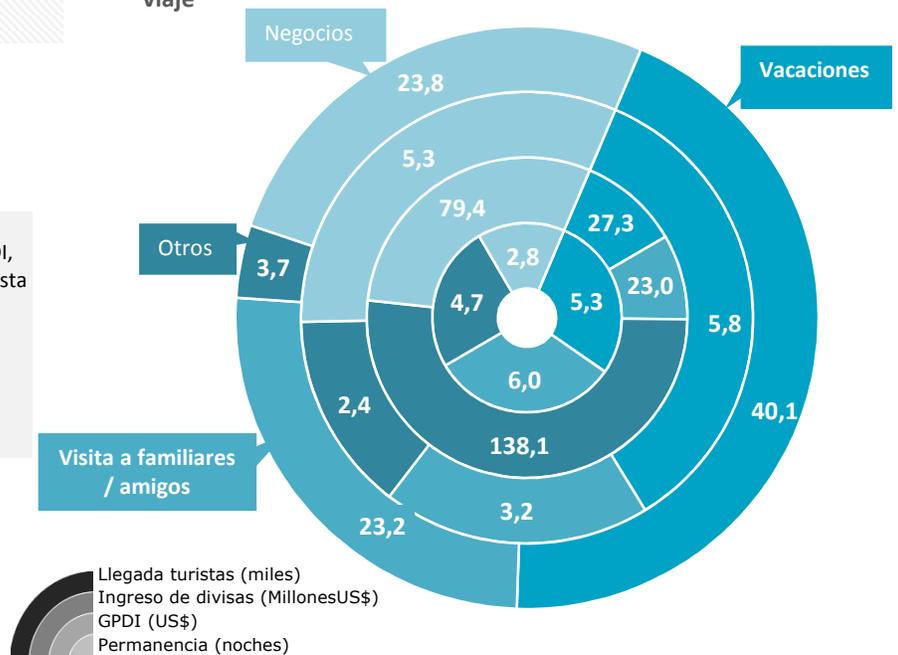
Participación en la Llegada de Turistas, según Motivo del Viaje, Segundo Trimestre 2016



Los turistas residentes en **Bolivia**, representan el 9,1% del total de las llegadas del segundo trimestre; movimiento 5,1 veces menor que el número de llegadas del mercado argentino.

El **GPI del trimestre fue de US\$ 38,3**, esto es, 1,5 menor al gasto promedio diario individual del total de turistas y su vez superior al GPI de los turistas residentes en Colombia y Perú. El **principal motivo de viaje fueron las vacaciones** con una participación del 44,2% sobre el total de llegadas de turistas de este mercado.

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



Nota 1:

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

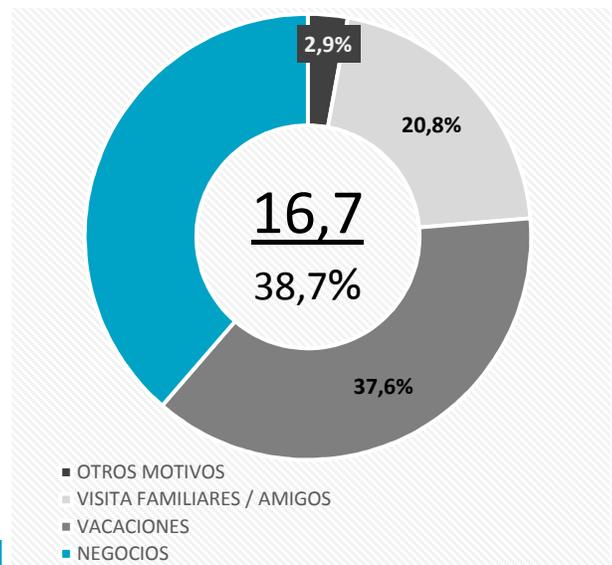
Nota 2:

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

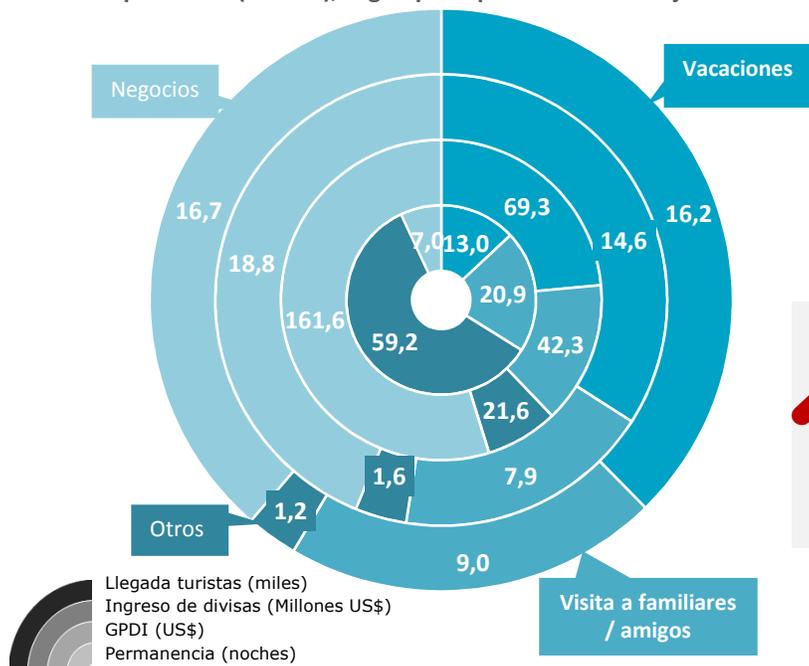


EE.UU. registró un **incremento en las llegadas** de turistas, en relación a igual periodo 2015. Las variables permanencia promedio y GPDI de los turistas de este mercado son superiores a las registradas por la media de turistas, en un 1,6 y 1,3, respectivamente, de esta forma el GTI de los turistas residentes en EE.UU. es 517,8 dólares mayor que el GTI promedio de turistas (US\$ 479,5), asimismo, fue 2,3 veces mayor al GTI de los turistas argentinos y 1,5 veces al de los turistas brasileños.

Participación en la Llegada de Turistas, según Motivo del Viaje, Segundo Trimestre 2016



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 de Resultados Turismo Receptivo al Segundo Trimestre 2016”.

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](#)

