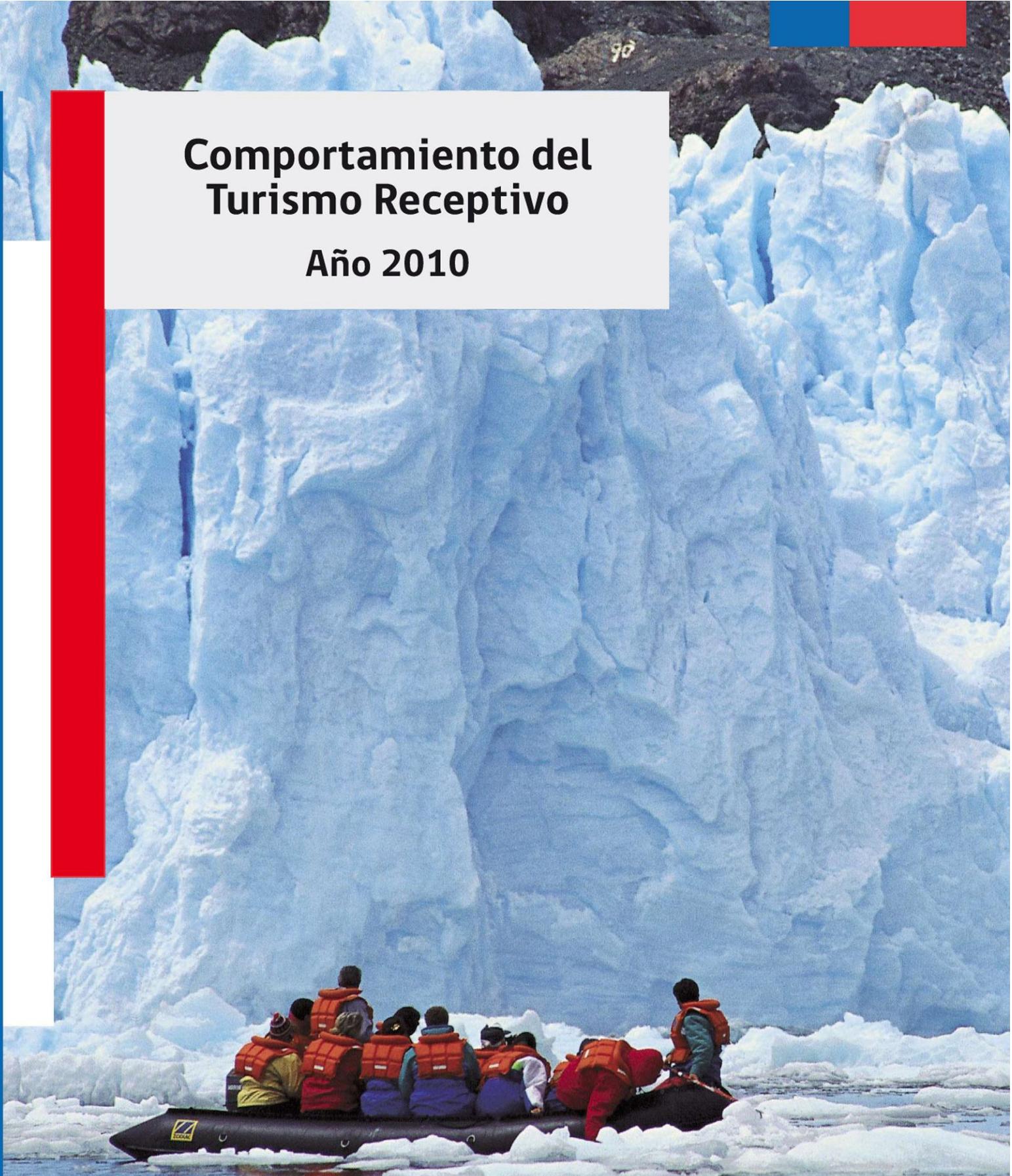


# Comportamiento del Turismo Receptivo

Año 2010



**SERNATUR**  
Ministerio de  
Economía, Fomento y  
Turismo

Gobierno de Chile



## Servicio Nacional de Turismo

Subdirección de Estudios  
Unidad de Estadísticas  
Avenida Providencia 1550  
Teléfono (56 2) 7318300

Publicado en Santiago de Chile, año 2011  
Permitida su reproducción citando fuente.

Dirección	Cecilia Arias De Pol
Textos y gráficos	Roxana Parra Mora
Contraparte Técnica	Cecilia Arias De Pol
	Rafael Basualto Alfaro
	Abel Valdebenito Sanhueza
	Patricia Vargas Nuñez
	Roxana Parra Mora





# ÍNDICE

<b>1</b>	<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>6</b>
<b>2</b>	<b>CARACTERÍSTICAS GENERALES</b>	<b>7</b>
2.1	Resumen coyuntural 2010	7
2.2	Evolución del turismo receptivo en Chile	8
2.3	Aporte del turismo a la economía del país	8
2.4	Posicionamiento turístico de Chile en la zona de América del Sur	10
2.5	Principales mercados emisores	11
<b>3</b>	<b>CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA QUE VISITA CHILE</b>	<b>13</b>
3.1	Estacionalidad de las llegadas	13
3.2	Principales vías de acceso a Chile	14
3.3	Principal motivo del viaje	14
3.4	Edad y género	16
3.5	Fidelidad respecto de Chile	18
3.6	Medios de información acerca de Chile	19
3.7	Organización del viaje	19
3.8	Servicios utilizados	20
3.9	Estructura del gasto realizado en Chile	21
3.10	Otras características del turista extranjero	22
<b>4</b>	<b>PRINCIPALES MERCADOS TURÍSTICOS</b>	<b>25</b>
4.1	Países Fronterizos	25
4.2	Norteamérica	25
4.3	Europa	26
4.4	Características comparativas	26
<b>5</b>	<b>PRINCIPALES MERCADOS EMISORES</b>	<b>30</b>
5.1	Argentina	30
5.2	Bolivia	36
5.3	Perú	41
5.4	Brasil	45
5.5	Estados Unidos	51
5.6	Canadá y México	58
5.7	España	64
5.8	Alemania	67
5.9	Francia	70
5.10	Inglaterra	73
	<b>ANEXOS</b>	<b>76</b>
	Cuadro N° 1 Llegada de visitantes, permanencia promedio, gasto promedio diario individual, gasto promedio total e ingreso de divisas, según país de residencia. Anual y trimestral.	76
	Cuadro N° 2 Llegada de turistas, permanencia promedio, gasto promedio diario individual, gasto promedio total e ingreso de divisas, según principal motivo del viaje. Anual y trimestral.	79

Cuadro N° 3 Llegada de turistas, permanencia promedio, gasto promedio diario individual, gasto promedio total e ingreso de divisas, según principal motivo del viaje y país de residencia. Año 2010.	80
Cuadro N° 4 Llegada de turistas, permanencia promedio, gasto promedio diario individual, gasto promedio total e ingreso de divisas, según puerta de entrada al país. Año 2010.	82
Cuadro N° 5 Características del turista residente en América y que visita Chile, según país de residencia. Año 2010.	83
Cuadro N° 6 Características del turista residente en Europa y otras partes del mundo que visita Chile, según país de residencia. Año 2010.	89



## 1 RESUMEN EJECUTIVO

En el año 2010 se registraron un total de 2.771.053<sup>1</sup> llegadas de turistas al país, lo que representa un incremento del 0,4% respecto del año anterior. Si bien la cifra es similar al año anterior, en estos dos últimos años el turismo en Chile a sufrido los efectos de diversos factores, entre los que se destacan la crisis financiera mundial, la influenza AH1N1 y el terremoto del 27 F, los cuales han provocado un estancamiento en las tasas de crecimiento respecto a lo observado en periodos anteriores (2002 – 2008).

La llegada de turistas se distribuye de la siguiente forma: el 83,7% corresponde a turistas provenientes de América, 13,0% de Europa, 1,0% de Asia y 2,3% del Resto del Mundo.

El mayor crecimiento en el número de llegadas de turistas proviene del mercado asiático con un 2,3%, y luego le sigue América con un 1,3%. Por el contrario, el mercado europeo y “resto del mundo” presentaron cifras negativas de un 3,7% y 7,4%, respectivamente, en relación al año anterior. De los turistas llegados desde las Américas, el 60,8% proviene de los países fronterizos (variación +1,6%) y el 8,6% de Brasil, con un crecimiento anual del 11,1%.

Las divisas generadas por los turistas residentes en el extranjero llegaron a los 2.039,8 millones de dólares, lo que representa un incremento del 3,1%, en valores nominales con respecto al año anterior. Este ingreso de divisas se desglosa en 1.580,1 millones de dólares aportado por los turistas, lo que en términos nominales significa un 0,4% más que el año anterior; 27,7 millones de dólares por los excursionistas y 432,0 millones de dólares por transporte internacional de aerolíneas y buses.

En el caso de los turistas, la permanencia promedio (8,4 días) presentó una baja del 9,4%, mientras que el gasto promedio diario individual (68,1 dólares) aumentó en términos nominales en un 10,3% en referencia al año anterior.

La frontera con Argentina y aeropuerto son las principales puertas de entradas a nuestro país, con un 42,4% y un 37,9% del total de llegadas, respectivamente. La ciudad de Santiago y sus alrededores son el destino más visitado por los turistas extranjeros con un 41,9%, seguido de la ciudad de Arica, en la Región de Arica y Parinacota con un 20,2%.

El principal motivo de viaje registrado durante el 2010 son las vacaciones representado por el 38,0% de las llegadas, las visitas a familiares y amigos con un 28,5% y el motivo de negocios (negocios, congresos/seminarios y motivos profesionales) con un 27,4%.

---

<sup>1</sup> Cifra según país de residencia. Incluye estimación de chilenos residentes en el exterior.

## 2 CARACTERÍSTICAS GENERALES

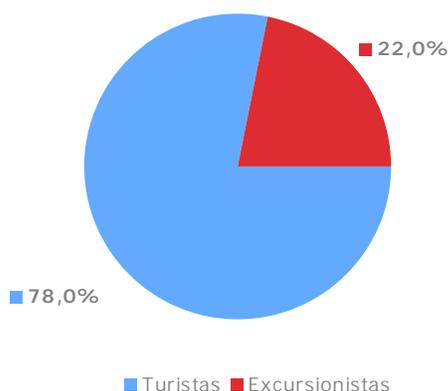
### 2.1 Resumen coyuntural 2010

En el año 2010, el total de visitantes que ingresaron al país fue de 3.554.692, de los cuales el 78,0% corresponden a turistas y el 22,0% a excursionistas.

Esta proporción cambia cuando se analiza el ingreso de divisas. De un total de aproximadamente 1.607,8 millones de dólares ingresados al país, el 98,3% es realizado por turistas y solo el 1,7% por excursionistas.

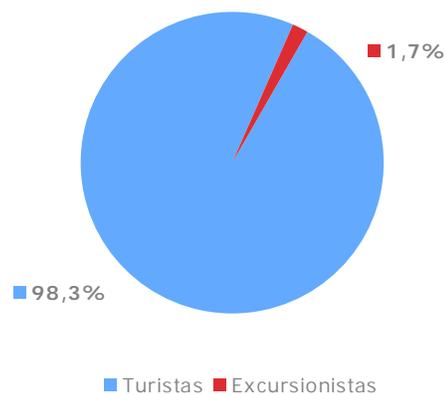
#### Gráfico 1

Distribución de los visitantes según su tipología  
Porcentajes año 2010



#### Gráfico 2

Ingreso de divisas generadas por los visitantes según su tipología  
Porcentajes año 2010



2.771.053 turistas visitaron Chile el año 2010, un 0,4% más que el año 2009.

El ingreso de divisas aportado por los visitantes llegó a los 1.607,8 millones de dólares

Si al monto de 1.607,8 millones de dólares que dejaron en nuestro país los visitantes extranjeros durante el año 2010, se suma el ingreso percibido por empresas de transportes chilenas (aéreas y terrestres) que utilizaron los no residentes para venir a Chile, se llega a un total de ingreso de divisas para el año 2010 de 2.039,8 millones de dólares, lo cual representa un incremento, en valores nominales del 3,1% con respecto al año anterior.

El gasto promedio diario individual realizado por los turistas fue de 68,1 dólares, lo que representa un incremento de 10,3% con respecto al año 2009. Mientras que el gasto medio total individual del viaje se situó en los 570,2 dólares, cifra muy similar a la del año anterior (variación del -0,03%), esto porque la estadía promedio disminuyó de 9,2 días en el año 2009 a 8,4 días en el 2010.

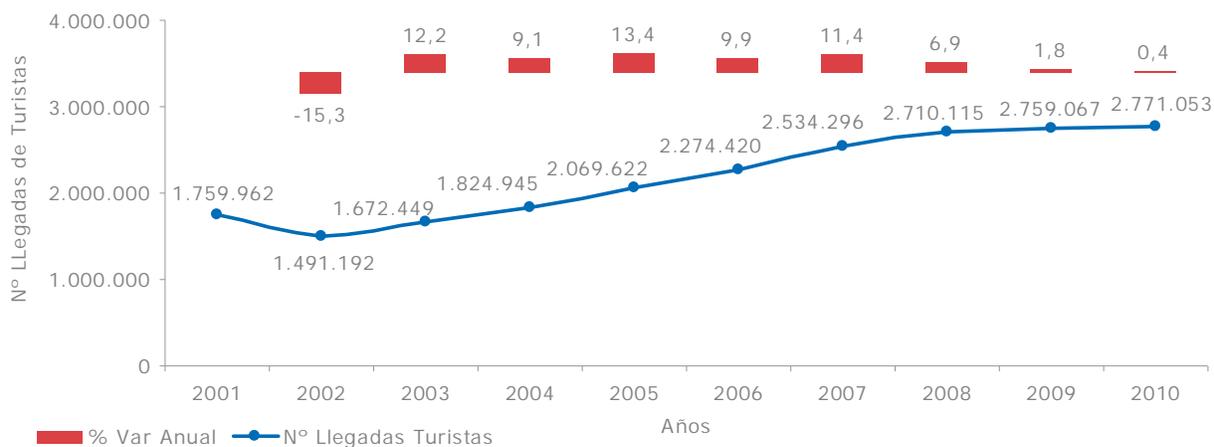
En el caso de los excursionistas, estos registraron un gasto promedio individual durante su permanencia de 35,3 dólares.

## 2.2 Evolución del turismo receptivo en Chile

Se observa que desde fines del año 2001, la llegada de turistas se vio fuertemente afectada debido al deterioro económico sufrido por los mercados fronterizos y que también compartieron otros países latinoamericanos. Es así, como ya en el año 2002 la baja en el volumen de turistas ingresados al país registró una caída del 15,3%. A partir del año 2002 al 2008, la evolución del turismo en Chile muestra un crecimiento promedio anual en torno al 10,5%, lo cual da cuenta de una estabilización en el ritmo de llegadas de turistas y de un crecimiento sostenido de las mismas. Sin embargo, a partir del 2008, se observa una desaceleración en el crecimiento vinculado principalmente a las crisis financieras que restringen la demanda por turismo, acentuada con la aparición de la gripe AH1N1, escenario que se extiende al 2010, cuando aparece un nuevo factor, el terremoto del 27 de febrero. Pese a lo anterior, el periodo 2008 – 2010 presenta un crecimiento promedio positivo del 1,1%.

### Gráfico 3

Evolución de la llegada de turistas al país según país de residencia



**Fuente:** Estudio Nueva Medición del Turismo Receptivo 2001 - 2008, y Estudio del Turismo Receptivo 2009-2010. SERNATUR.

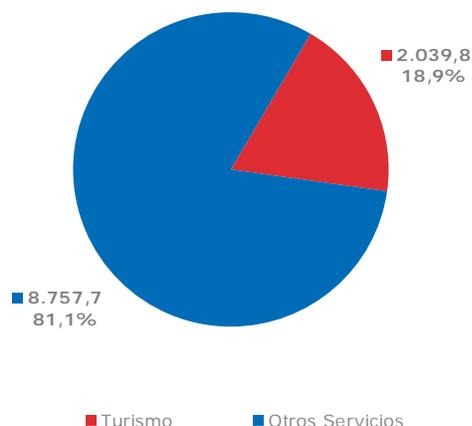
## 2.3 Aporte del turismo a la economía del país

El ingreso de divisas por concepto de turismo receptivo (2.039,8 millones de dólares) corresponde al 18,9% de las exportaciones que recibe el país por concepto de prestación de servicios, que el año 2010 llegó a los 10.797,4 millones de dólares<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Cifras Balanza Pagos, 2010. Banco Central de Chile

#### Gráfico 4

##### Aporte del turismo a la exportación de servicios



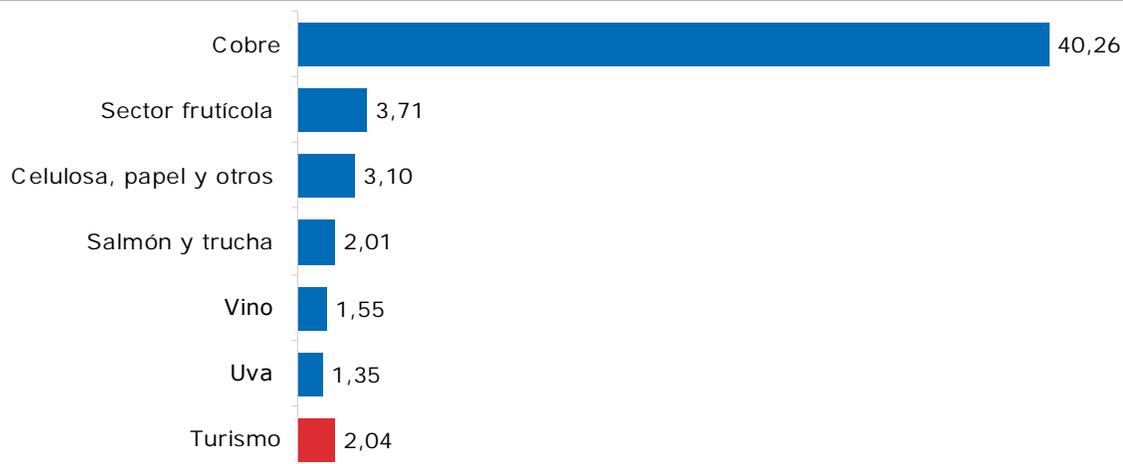
**Fuente:** Estudio del Turismo Receptivo 2010, SERNATUR. Balanza de Pagos 2010, Banco Central de Chile.

Si bien el turismo se incluye dentro de la categoría de servicios en la economía del país, también puede ser comparado con los créditos generados por la exportación de bienes durante el mismo período. En este sentido, la posición relativa del turismo es casi equivalente a la que ocupan las exportaciones de salmón y trucha, y supera a las exportaciones de uva y vino.

#### Gráfico 5

##### Comparación entre turismo y exportación de bienes tradicionales

Miles de millones de dólares año 2010



**Fuente:** Estudio del Turismo Receptivo 2010, SERNATUR. Balanza de Pagos del Banco Central de Chile, 2010.

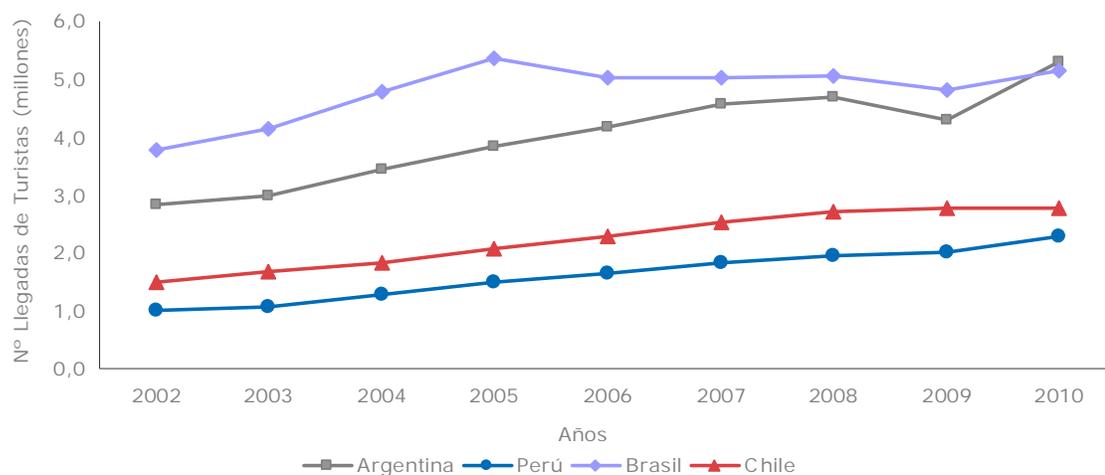
## 2.4 Posicionamiento turístico de Chile en la zona de América del Sur

El turismo en Chile experimenta un periodo recesivo. Según cifras de la Organización Mundial de Turismo (OMT) “durante el año 2010 el turismo internacional se reactivó a nivel global, es así como las llegadas internacionales de turistas presentaron un incremento del 6,7% con respecto al 2009, alcanzando los 935 millones”.<sup>3</sup> De acuerdo al comunicado de la OMT, las Américas presentan un crecimiento del 7,0%. En este sentido, Chile presenta leves niveles de crecimiento respecto a sus llegadas (0,4%) que se encuentran bajo el 7,0 % reportado por las Américas. Sin embargo, esto muestra que pese a fuertes factores que han afectado de manera transversal el movimiento de turistas, Chile ha permanecido con cifras positivas.

Al comparar la tasa media anual de la llegada de turistas extranjeros (periodo 2002-2010) con países fronterizos y Brasil, Chile muestra una tasa de crecimiento del 8,1%, cifra que se encuentra por debajo de Perú (tasa del 11,0%), pero muy similar al 8,2% de Argentina y superior al 4,0% que presenta Brasil.

### Gráfico 6

Evolución de Llegada de turistas extranjeros a Argentina, Perú, Brasil y Chile en los últimos ocho años  
Millones de turistas. Serie 2002-2010



**Fuente:** Cifras 2010: OMT, Barómetro del Turismo Mundial, Volumen 9 N° 1- Febrero 2011. Cifras Chile: Servicio Nacional de Turismo- SERNATUR.

Al desagregar la llegada de turistas a nuestro país, se puede observar que son los países de América del Sur, específicamente los países fronterizos quienes aportan con un mayor volumen de llegadas de turistas (60,8% ) en relación al resto de los países, generando un gasto más bajo durante su estadía en el país, comparando dichas cifras con la de los países no fronterizos, que si bien aportan con un número de llegadas de turistas más bajo, realizan un mayor gasto por turista que los países fronterizos.

<sup>3</sup> Barómetro OMT del Turismo Mundial Volumen 9 N° 1, Febrero 2011.

## 2.5 Principales mercados emisores

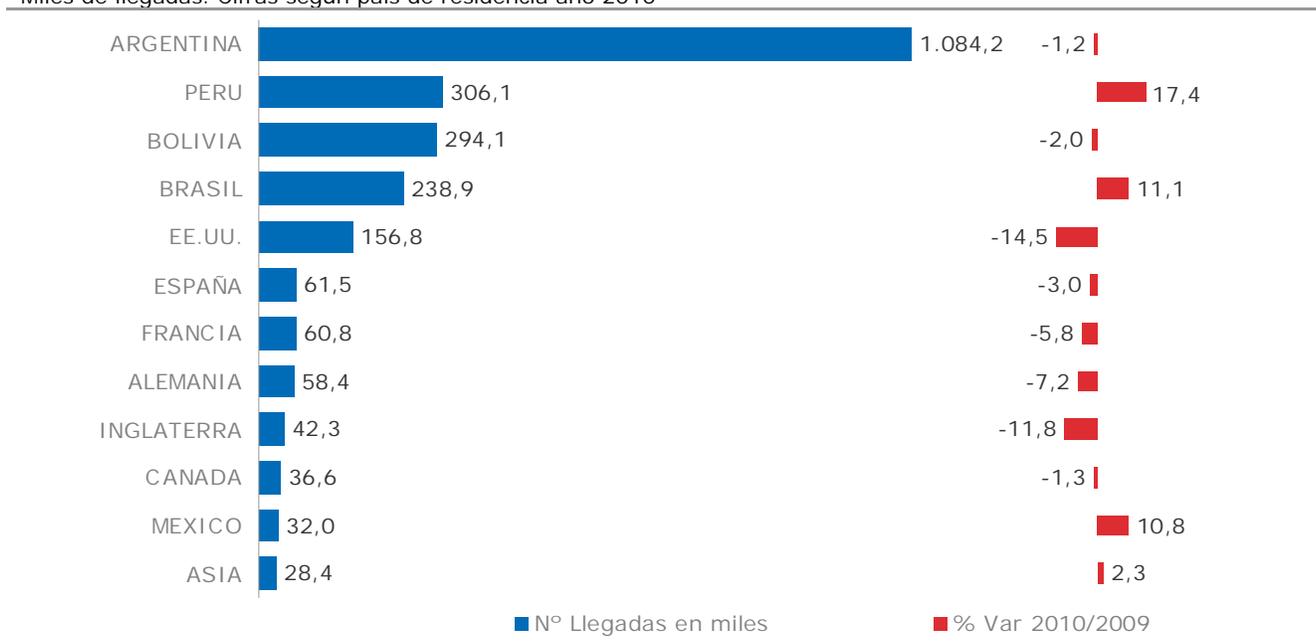
En lo que respecta a volumen de llegada de turistas, los principales mercados emisores son los tres países fronterizos: Argentina, Perú y Bolivia, quienes aportan aproximadamente con el 60,8% del total de llegadas, 1,7 millones de arribos. En este contexto, Argentina es el mercado emisor de turistas más importante con un peso del 39,1% sobre el total anual de turistas extranjeros llegados al país.

Luego de los países fronterizos, los mayores aportes en cuanto a volumen de llegadas lo realizan los mercados de Brasil con un 8,6% que equivale a 238,9 mil llegadas y Estados Unidos, con 5,7% esto es 156,8 mil turistas. Los mercados europeos más importantes para Chile son España, Francia, Alemania e Inglaterra, que en su conjunto aportan con 222,9 mil llegadas, lo que representa el 8,0% del total.

### Gráfico 7

Ranking de los principales mercados emisores

Miles de llegadas. Cifras según país de residencia año 2010



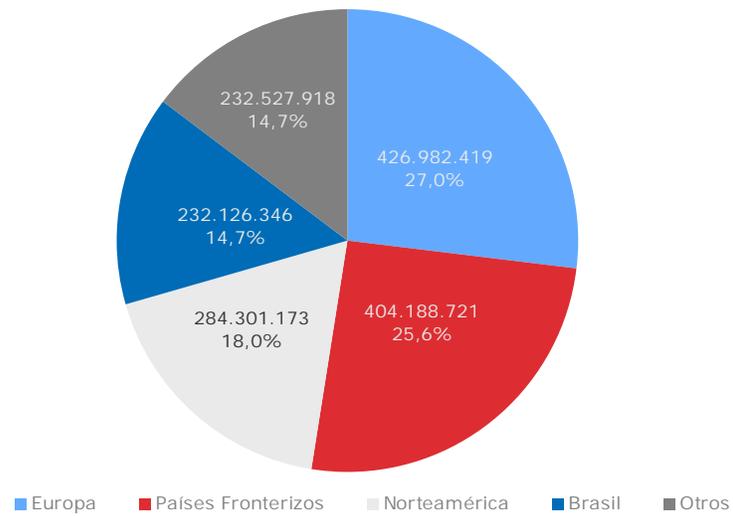
Si bien, los turistas provenientes de países fronterizos representan más de la mitad de las llegadas, su aporte de divisas es inferior respecto a los mercados de larga distancia. A su vez, los mercados de Europa y Norteamérica concentran la mayor parte del ingreso de divisas generadas durante el año 2010, contribuyendo en su conjunto con el 45,0% del total de divisas ingresadas al país.

**Gráfico 8**

Distribución del ingreso de divisas según principales mercados

Distribución porcentual año 2010

---



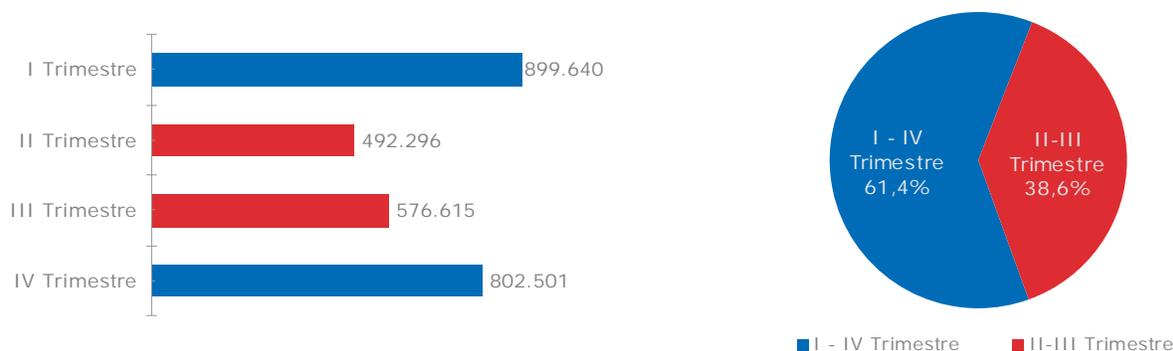
### 3 CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA QUE VISITA CHILE

#### 3.1 Estacionalidad de las Llegadas

Como ha sido la tendencia, el comportamiento turístico en Chile ha sido marcadamente estacional, presentando los mayores movimientos de llegadas en los períodos de verano y primavera por sobre el resto del año. De allí que durante el 2010, el 61,4% de las llegadas se generaron durante el primer y cuarto trimestre, contrastando con el 38,6% del segundo y tercer trimestre.

**Gráfico 9**

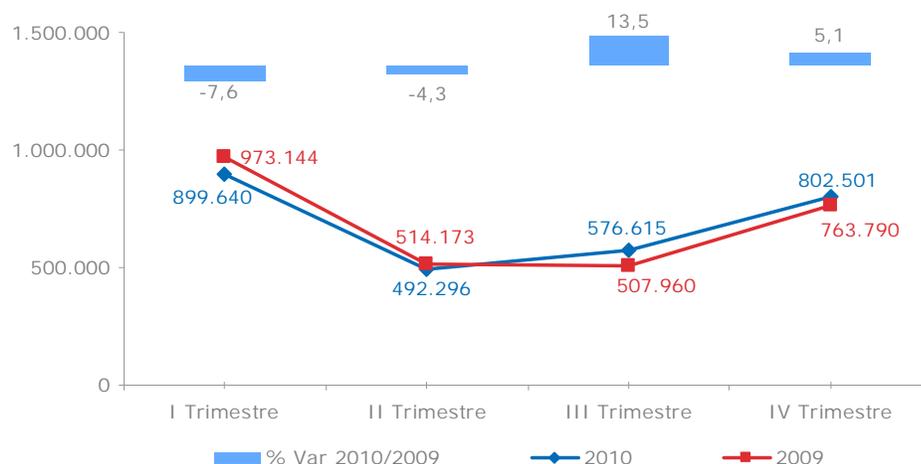
Llegadas trimestrales de turistas extranjeros



Con respecto al año 2009, la mayor variación porcentual se presenta en el tercer trimestre con un incremento del 13,5%. Sin embargo, el primer y segundo trimestre presentaron caídas en referencia al año anterior, de 7,6% y 4,3%, respectivamente, explicada en gran parte a consecuencia del terremoto del 27 Febrero 2010. Por su parte, el cuarto trimestre presenta un aumento de 5,1% en relación al año anterior.

**Gráfico 10**

Comparación trimestral de llegada de turistas extranjeros



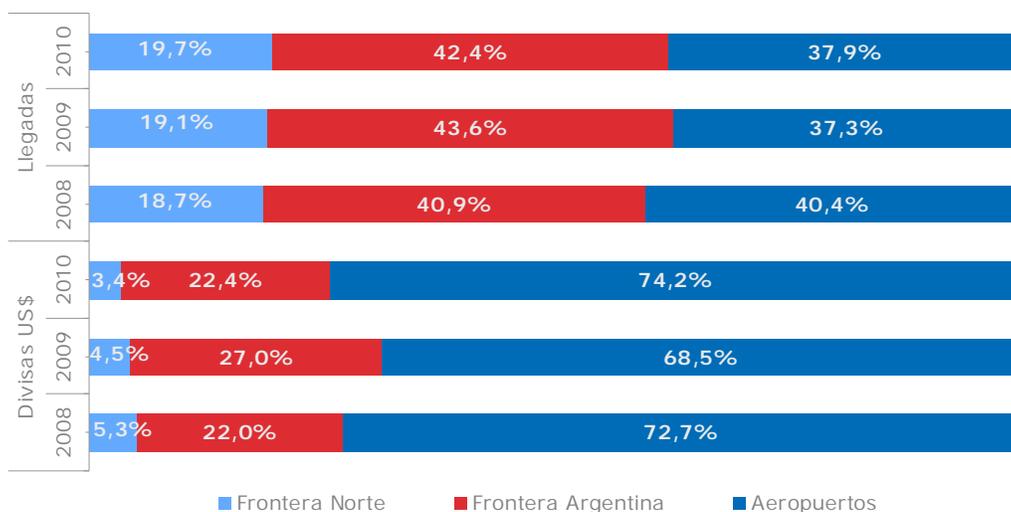
### 3.2 Principales vías de acceso a Chile

La llegada de turistas extranjeros vía Aeropuerto durante el año 2010 alcanza al 37,9% del total de llegadas, alcanzando una cuota de participación del 74,2% en el ingreso de divisas, esto es 1.172,5 millones de dólares.

**Gráfico 11**

Comparación de la distribución de llegada de turistas y el ingreso de divisas, según puerta de entrada al país 2008 - 2010

Distribución porcentual año 2010



**Fuente:** Estudio Nueva Medición del Turismo Receptivo 2001 - 2008, y Estudio del Turismo Receptivo 2009 - 2010 SERNATUR.

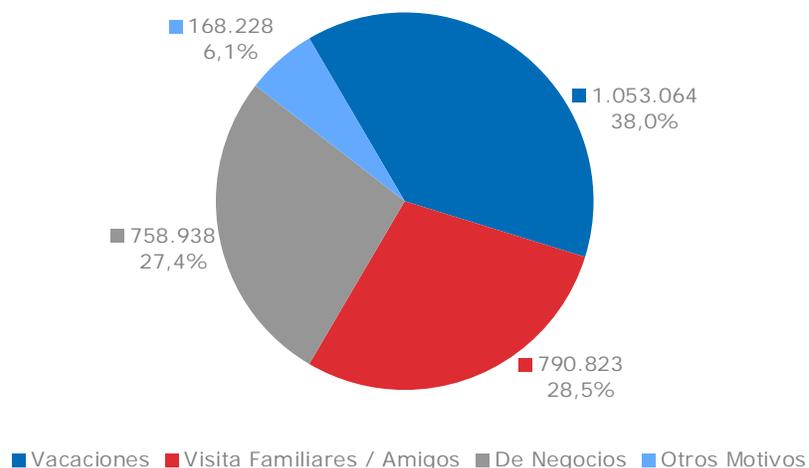
### 3.3 Principal motivo del viaje

De un flujo total de 2.771.053 llegadas durante el 2010, un 38,0% de ellas manifiestan como principal motivación de viaje las vacaciones, lo que en términos absolutos se traduce aproximadamente en 1,1 millones de turistas, cifra 12,2% menor a la del año 2009. Las divisas generadas por este segmento, 545,6 millones de dólares, equivalen al 34,5% del total de los ingresos de divisas por turismo. En cuanto al gasto promedio total individual de estos turistas, presenta una baja del 15,6%, pasando de los 614,0 dólares del 2009 a los 518,1 dólares en el 2010. De igual forma la permanencia promedio presenta una variación porcentual negativa de 11,8%, alcanzando los 7,3 días promedio.

## Gráfico 12

Llegada de turistas según principal motivo del viaje

Distribución porcentual 2010



**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.

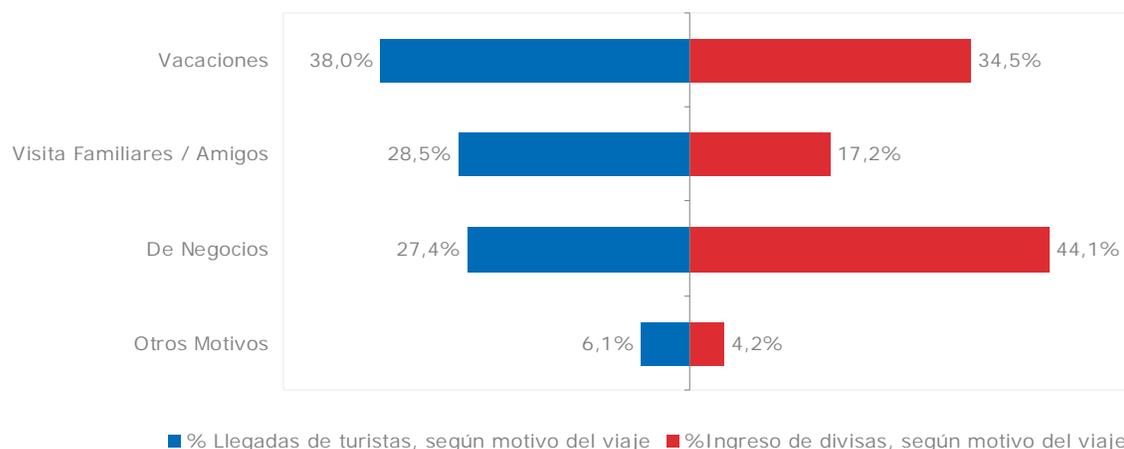
"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

El motivo visitas a familiares y amigos representa el 28,5% de las llegadas a nuestro país, esto es 790.823 turistas, 17,4% más que el año 2009, que presentan un gasto medio total individual de 342,9 dólares, 5,6% menos que el año anterior, y una permanencia de 10,7 días. Las divisas generadas alcanzan los 271,2 millones de dólares, un 10,8% mayor al registrado en año anterior, en valores nominales.

Los motivos negocios, congresos y profesionales presentan importantes cifras de crecimiento, tanto en el número de llegadas, como en el ingreso de divisas. Es así, que durante el año 2010 representan el 27,4% del total de llegada de turistas, variación del 6,3% en referencia al 2009, con un gasto promedio total por turista de 918,8 dólares, 30,4% más que en el año 2009 y una permanencia de 6,6 días. Siguiendo el comportamiento creciente de este segmento, las divisas presentan un considerable incremento del 38,6% en referencia al 2009, concentrando el 44,1% del total de ingreso de divisas, constituyéndose como el motivo más importante en estos términos.

### Gráfico 13

Comparación porcentual entre llegadas de turistas e ingreso de divisas, según principal motivo del viaje  
Distribución porcentual año 2010

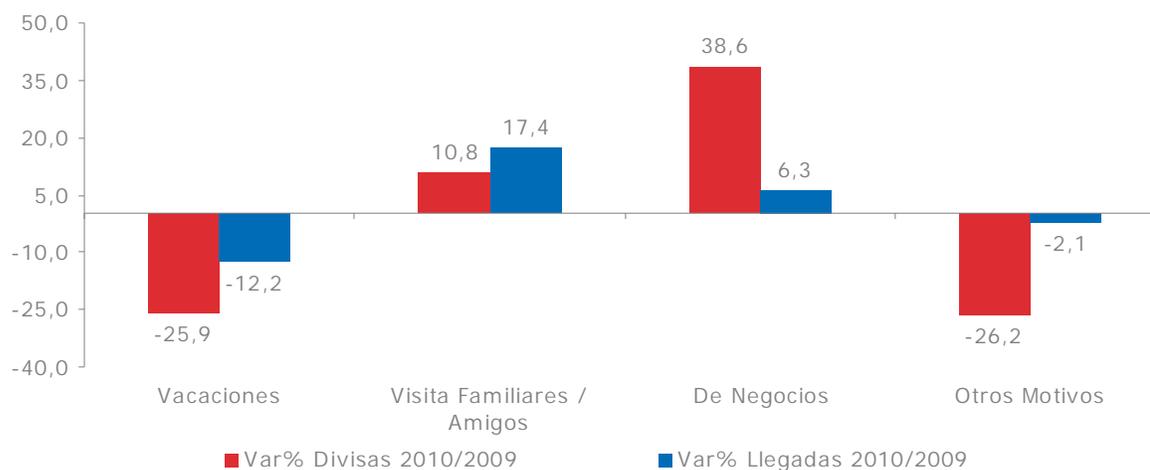


**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.

"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

### Gráfico 14

Variación de llegada de turistas e ingreso de divisas según motivo principal del viaje  
% Variación años 2010/2009



**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.

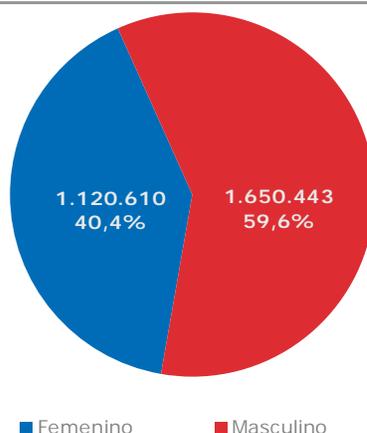
"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

## 3.4 Edad y género

En relación al género de los turistas, y al igual que en el año 2009, durante el año 2010 la mayor cifra de llegadas la presentaron los varones con 1.650.443, con el 59,6% mientras que el 40,4% restante corresponde a mujeres.

### Gráfico 15

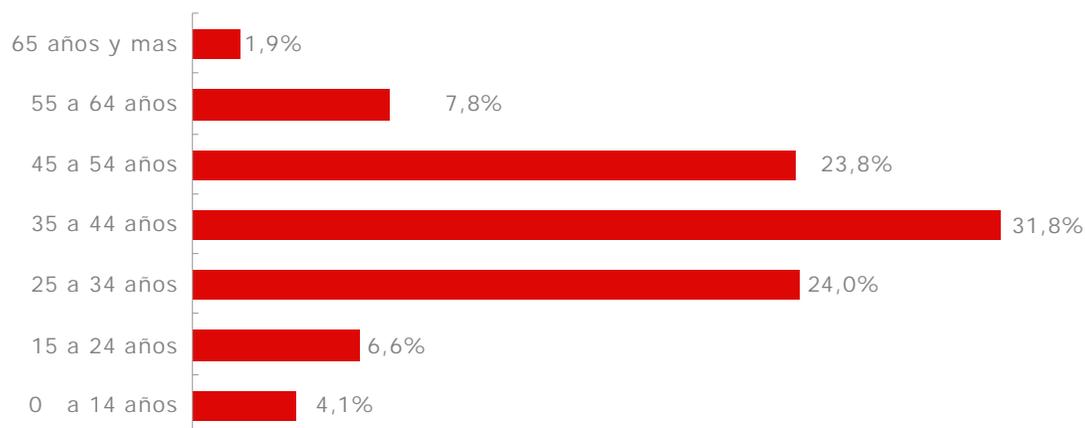
Distribución de los turistas según género  
Distribución porcentual año 2010



El 31,8% de los turistas llegados al país en el año 2010 se encuentran en el rango de edad entre los 35 y 44 años, compuesto a su vez por un 33,2% de hombres y un 29,9% de mujeres, correspondiente al tramo de edad con mayor cantidad de turistas extranjeros llegados a Chile, mientras que el rango etáreo con menor representatividad, 1,9%, corresponde al de personas de 65 años o más.

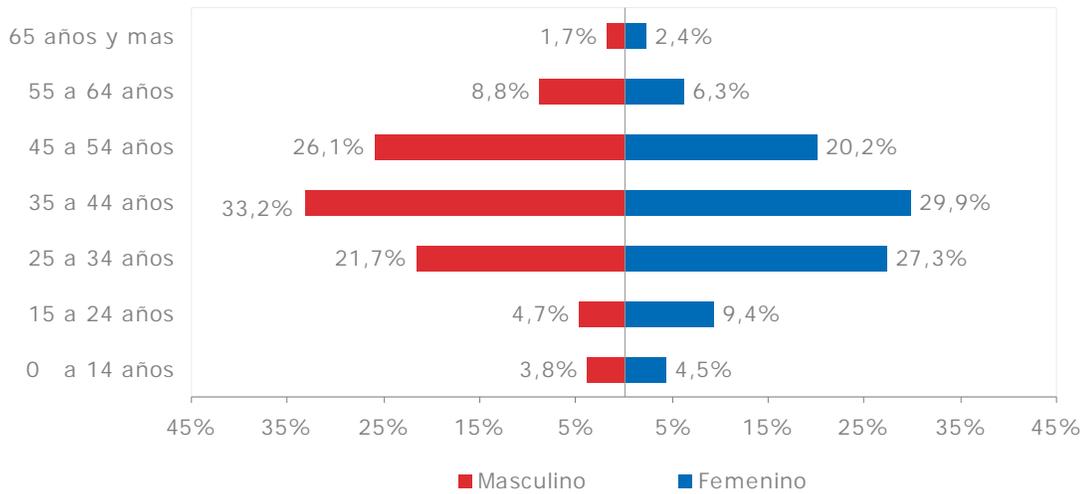
### Gráfico 16

Composición del rango etáreo de los turistas extranjeros  
Distribución porcentual año 2010



### Gráfico 17

Comparación porcentual de los turistas según edad y género  
Distribución porcentual año 2010

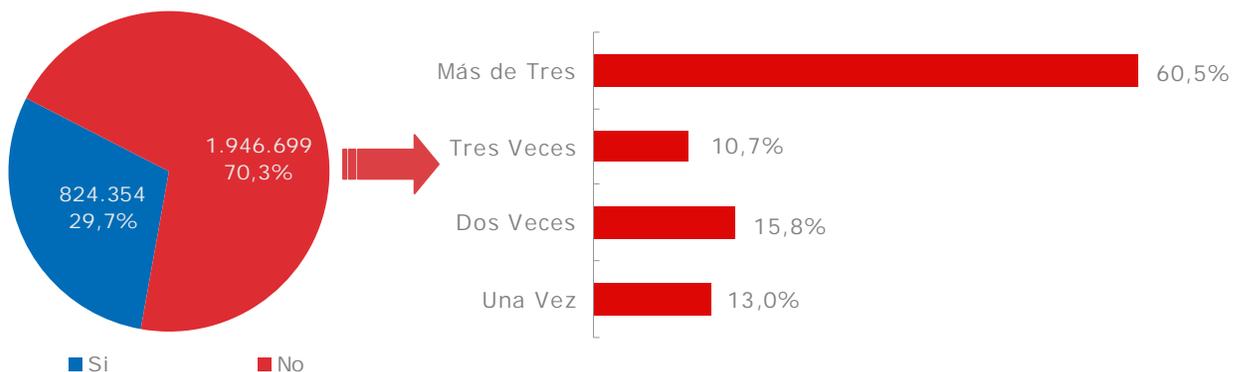


### 3.5 Fidelidad respecto de Chile

La fidelidad del turista es una variable relevante, por cuanto refleja el interés que representa Chile como destino para un importante número de visitantes. Durante el 2010, el 70,3% de los turistas que visitaron el país declaran que ya habían visitado Chile anteriormente. De estos, el 60,5% lo ha visitado más de tres veces.

### Gráfico 18

Proporción de turistas que visitan Chile por primera vez y cantidad de veces que han venido en otras ocasiones a Chile  
Porcentajes y número de veces año 2010



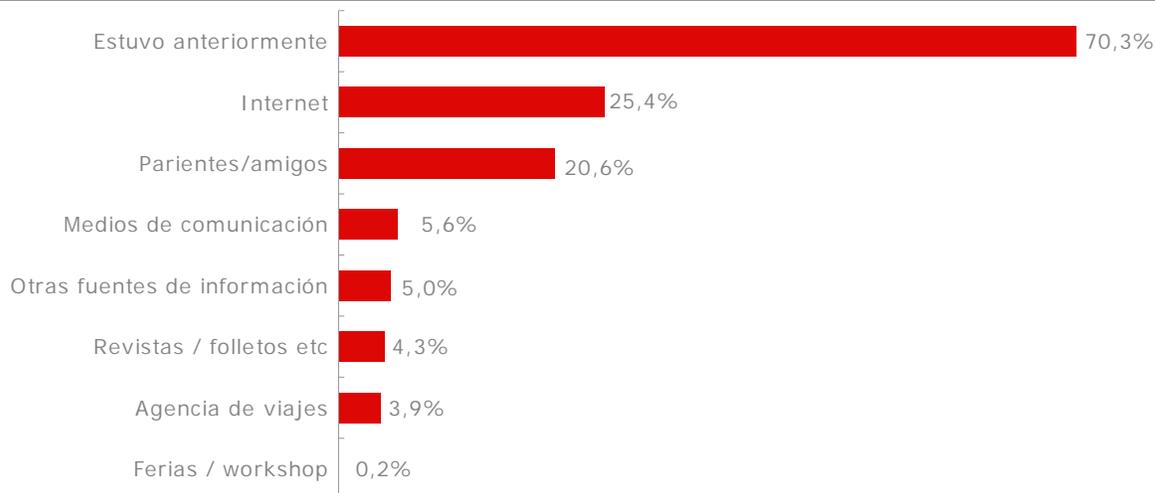
### 3.6 Medios de información acerca de Chile

De los turistas que visitaron el país durante el año 2010, un 70,3% de ellos estuvo anteriormente, razón por la cual ya poseían información del país. El 25,4% utilizó Internet para informarse acerca de Chile, mientras que un 20,6% se informó por medio de familiares o amigos.

#### Gráfico 19

Medios para informarse acerca de Chile

Distribución porcentual año 2010



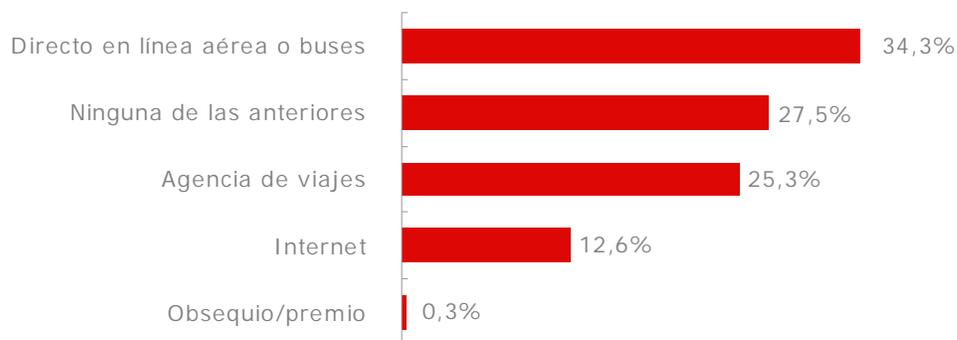
### 3.7 Organización del viaje

El 34,3% de los turistas adquirió su viaje directamente con proveedores (directo en líneas aéreas o buses). En cambio el 25,3% de los turistas utilizó una agencia de viaje de su país de residencia para llegar a Chile.

#### Gráfico 20

Medio a través del cual adquirió el viaje a Chile

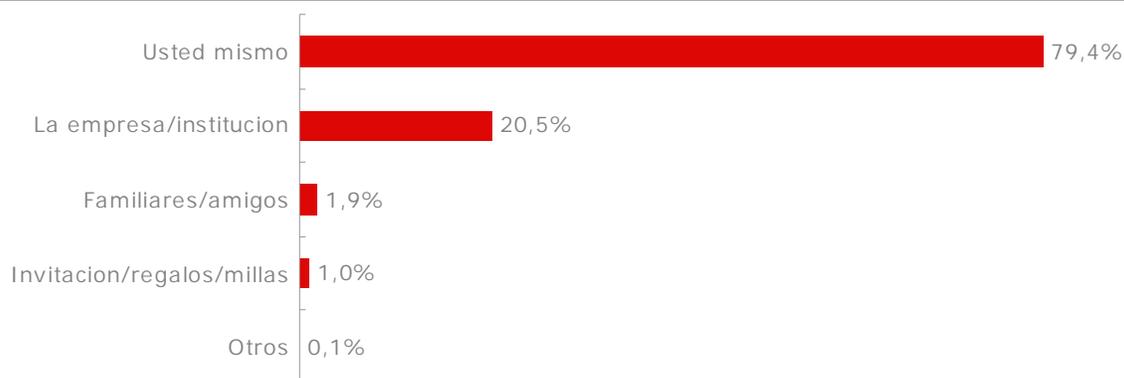
Distribución porcentual 2010



La mayor parte de los turistas financian su viaje con el presupuesto individual o familiar (79,4%) mientras que el 20,5% es financiado por parte de una empresa y/o institución.

**Gráfico 21**

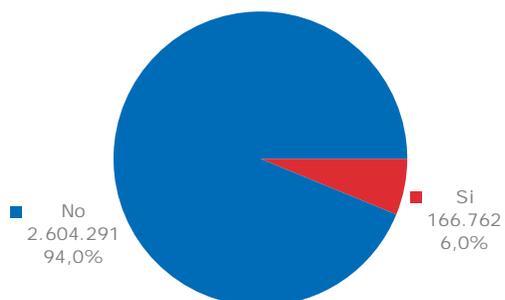
Forma de financiamiento del viaje  
Distribución porcentual año 2010



Un 94,0% de los turistas no contrata servicios a través de un paquete turístico en su país de residencia, mientras que sólo el 6,0% restante si lo hace, contratando principalmente el traslado local (87,3%), alojamiento (86,4%), los pasajes internacionales (84,6%) y city tour (68,1%), entre otros.

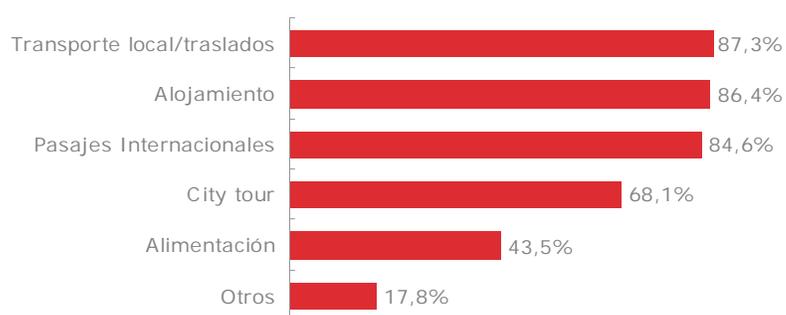
**Gráfico 22**

Uso de paquete turístico  
Porcentajes año 2010



**Gráfico 23**

Componentes del paquete turístico  
Porcentajes año 2010



### 3.8 Servicios utilizados

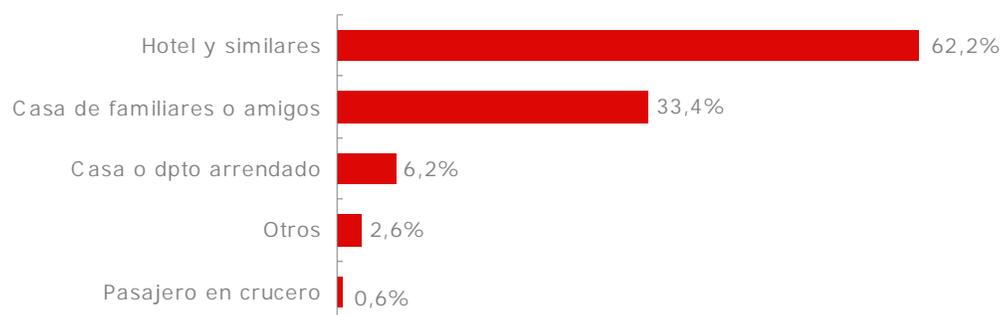
#### 3.8.1 Servicios de alojamiento

Durante el año 2010, el porcentaje de turistas que alojaron en hoteles y similares fue de un 62,2%; el alojamiento en casas de familiares y amigos fue de un 33,4%; y los lugares arrendados (casa o departamento) obtuvo un 6,2%.

### Gráfico 24

Uso de servicios de alojamiento turístico

Distribución porcentual año 2010



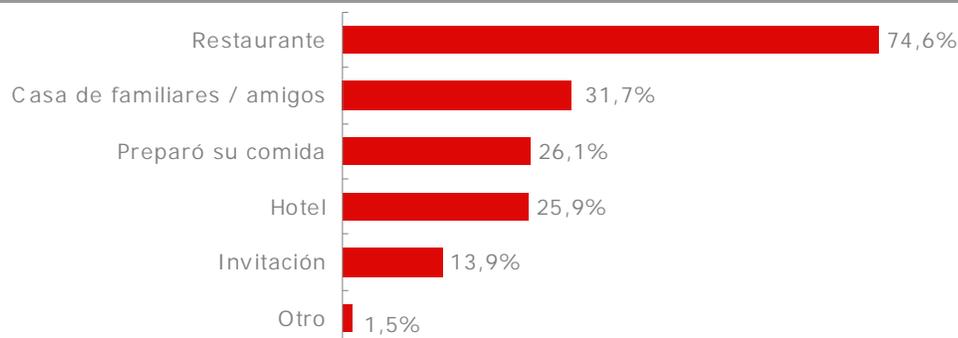
### 3.8.2 Servicios de alimentación

La mayoría de los turistas, un 74,6%, va a restaurantes por servicio de alimentación. Un 31,7% lo hace en casa de familiares o amigos, un 26,1% prepara su propia comida durante la estancia en el país, mientras que el 25,9% utiliza los servicios de alimentación del mismo hotel en que se hospeda.

### Gráfico 25

Uso de servicios de alimentación

Distribución porcentual año 2010

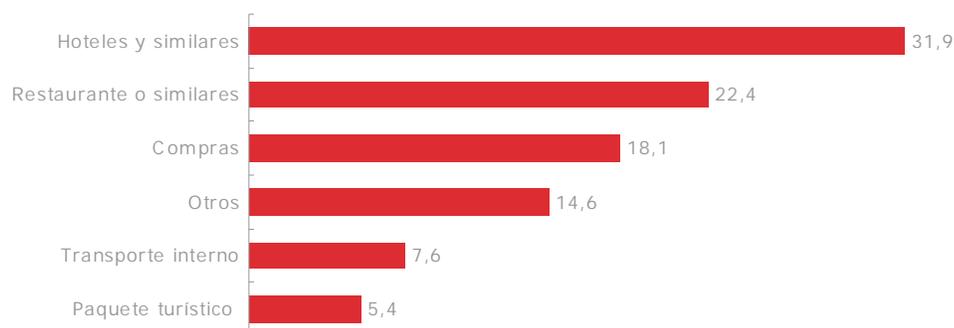


## 3.9 Estructura del gasto realizado en Chile

El gasto que realizan los turistas durante su viaje en Chile se distribuye de acuerdo a los servicios o bienes que adquieren, siendo estos: servicios de transporte utilizado, de alojamiento, de alimentación, artesanías y otras compras, entre otros. Estos servicios definen la estructura de su gasto en el país y son determinantes para cuantificar el efecto real de los viajes en un destino turístico.

## Gráfico 26

Estructura del gasto realizado en Chile  
Distribución porcentual año 2010



Información en base a 1.580,1 millones de dólares

La distribución porcentual del gasto realizado por los turistas ingresados durante el año 2010, muestra que la mayor proporción del gasto se destina en tres agrupaciones de bienes y/o servicios: hoteles y similares con un 31,9%, el 22,4% en restaurantes y compras con un 18,1%. Así mismo, el transporte interno presenta un porcentaje importante (7,6%) el que incluye el transporte terrestre marítimo y/o aéreo. Por su parte, el gasto de 5,4% en paquete turístico no incluye pasajes ni comisión.

El gasto en "otros" es la sumatoria de servicios y/o bienes de menor representatividad individual (actividades deportivas, culturales, gasto en combustible, etc), entre ellos, destaca el gasto en diversión y espectáculos con un 3,1%.

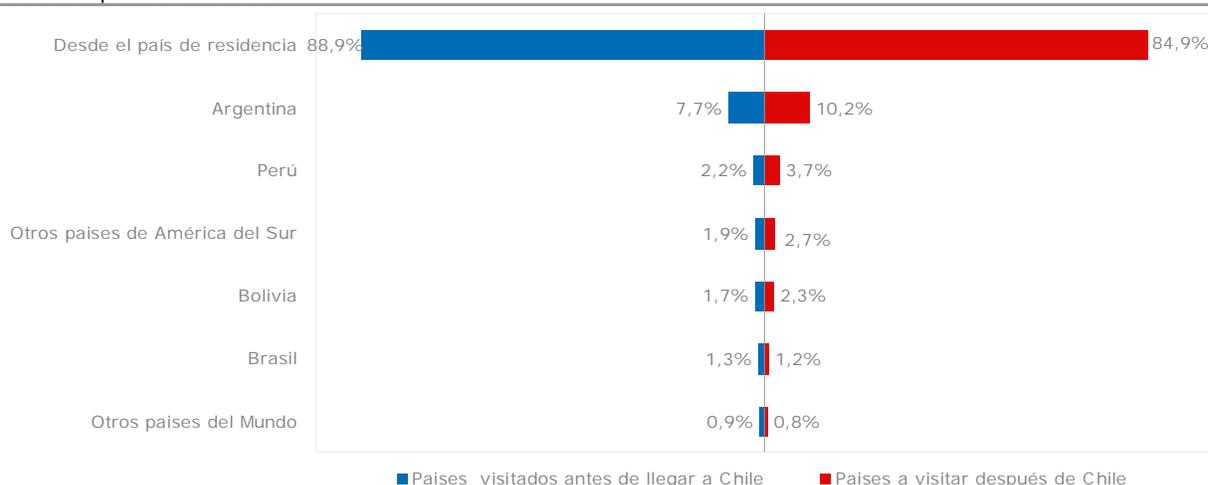
### 3.10 Otras características del turista extranjero

En el año 2010 el porcentaje de los turistas que ingresan a Chile directamente desde su país de residencia alcanza el 88,9%. Este comportamiento se encuentra influenciado principalmente por el gran volumen de turistas provenientes de países fronterizos (60,8% en el año 2010). En tanto, entre los que visitan algún destino antes de Chile, el 7,7% visita Argentina y el 2,2% Perú. Mientras que el 10,2% viaja hacia Argentina después de visitar Chile, 3,7% visita Perú y el 2,7% viaja a Brasil.

### Gráfico 27

Países visitados antes y después de la estadía en Chile

Distribución porcentual año 2010



Durante el año 2010, aproximadamente 1,1 millones de turistas vinieron a Chile motivados principalmente por vacaciones. A su vez, la principal razón para elegir a Chile como destino turístico, se relaciona con los atractivos naturales y paisajes, con el 71,5% del total. Un 36,1% de los turistas lo hace por sus atractivos culturales, el 28,7% manifiesta que sólo desean conocer el país por primera vez. La distancia es un factor de decisión importante para el 24,9% de los turistas. Cabe mencionar en este punto, que los turistas mencionan más de una razón para visitar el país.

### Gráfico 28

Razones de la visita a Chile por motivo de ocio-vacaciones

Distribución porcentual año 2010.

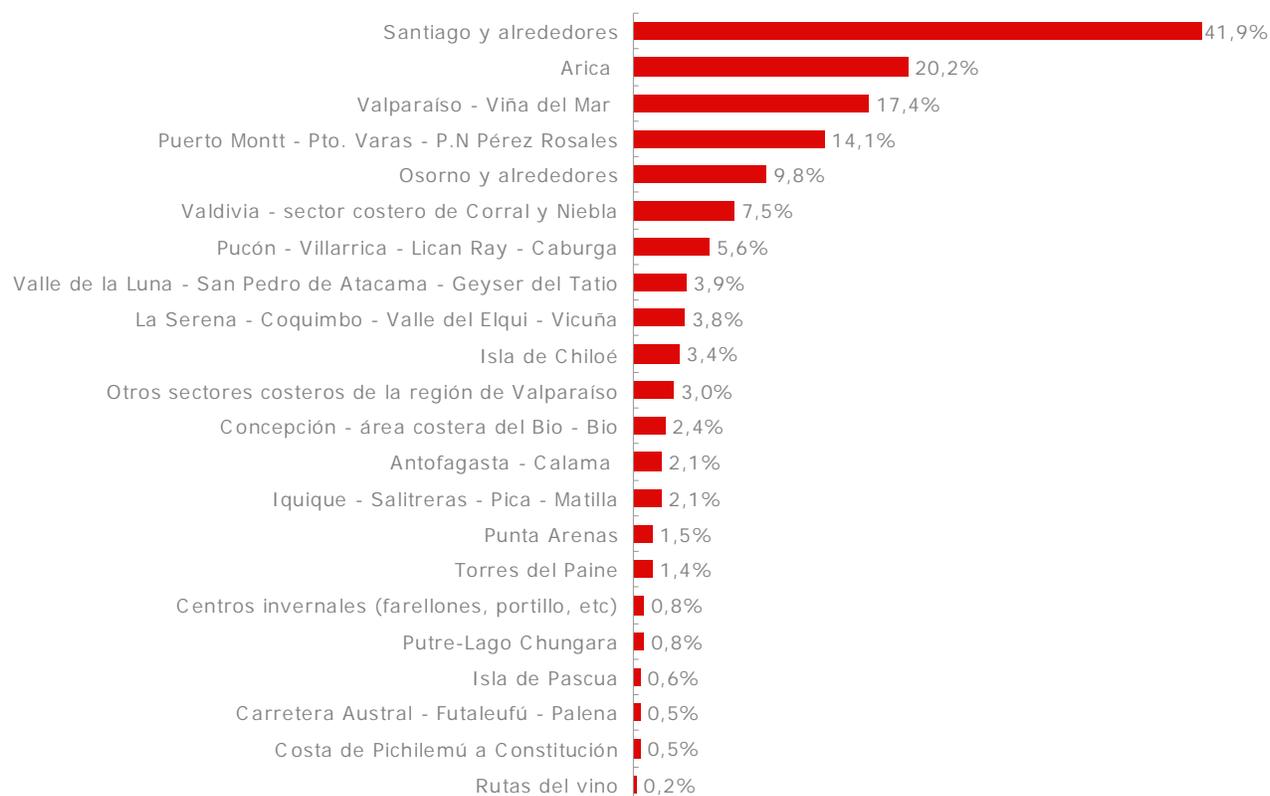


Santiago, como capital del país, sigue siendo el principal destino de los turistas, con un 41,9%. Como segundo destino se encuentra la ciudad de Arica, en la Región de Arica y Parinacota con 20,2%. El sector costero Valparaíso-Viña del Mar, registra el tercer lugar en el ranking, concentrando el 17,4% del total de las visitas.

### Gráfico 29

#### Principales destinos de los turistas dentro de Chile

Distribución porcentual año 2010



## **4 PRINCIPALES MERCADOS TURÍSTICOS**

### **4.1 Países Fronterizos**

Este mercado está compuesto por Argentina, Perú y Bolivia, los cuales históricamente han concentrado el mayor flujo turístico de extranjeros hacia el país. En el año 2010, el aporte de este mercado en cuanto a llegada de turistas representa más de la mitad del total anual, llegando a un 60,8%, lo que equivale a 1.684.343 turistas, un 1,6% mayor que igual período del año anterior.

Los turistas provenientes de este mercado presentan una pernoctación promedio de 5,4 días, 16,4% menos que en el año 2009, lo que representa casi un día menos de estadía. Su gasto promedio total individual es igual a 240,0 dólares, 6,3% menos respecto al gasto del año anterior. El nivel de gasto diario individual de los turistas de estos países sigue siendo relativamente bajo (44,1 dólares) comparado con la media total anual que es de 68,1 dólares. Sin embargo, esta cifra tiene un significativo aumento del 12,0% respecto al año anterior.

El gran aporte al turismo receptivo, en términos de llegada de turistas de los países fronterizos (60,8%), no se ve reflejado respecto del ingreso de divisas, ya que representan sólo un 25,6% sobre el total anual, lo que en el año 2010 significa 404,2 millones de dólares, con una caída en el ingreso de divisas del 4,8% respecto al período anterior, en valores nominales.

Los que visitan Chile por vacaciones representan el 36,1% de los turistas y aportan el 39,8% de las divisas que recibe el país, esto es 160,7 millones de dólares. Los que vienen motivados por visita a familiares o amigos representan el 35,0% de los turistas y aportan el 18,9% de divisas, 76,5 millones de dólares. Quienes llegan por negocios representan el 21,2% de los turistas y aportan el 37,5% de las divisas de los turistas provenientes de estos países, unos 151,7 millones de dólares.

### **4.2 Norteamérica**

El mercado norteamericano comprendido por Estados Unidos, México y Canadá, concentró el 8,1% de las llegadas de turistas extranjeros, lo que significó 225.344 arribos, un 9,6% menos que el 2009 y aportaron con el 18,0% del total de divisas ingresadas al país.

En el año 2010, la estancia media del turista norteamericano fue de 13,1 días, presentando un incremento del 2,6% en relación al año 2009. Es así, que el gasto medio total individual pasó de 1.072,3 dólares en 2009 a 1.261,6 dólares en el 2010, lo que significó un crecimiento del 17,7%. Asimismo, el ingreso de divisas también presenta cifras positivas, con un incremento del 6,4% en el período, esto es 284,3 millones de dólares.

El principal motivo de viaje de los norteamericanos que vienen a Chile son los viajes de negocios, generando el 52,3% de las llegadas de estos turistas, lo que implica un ingreso de divisas de 172,0 millones de dólares y un 10,9% del total de ingreso de divisas. Siguen en importancia las vacaciones, con un 23,3% de las llegadas y un aporte de 52,0 millones de

dólares y las visitas a familiares y amigos con un 20,0% de llegadas y 42,6 millones de dólares, por concepto de ingreso de divisas.

### 4.3 Europa

En el año 2010, el aporte del mercado europeo respecto a la llegada de turistas representó el 13,0%, lo que significó 359.231 turistas, cifra inferior en un 3,7% al año anterior. A su vez, este mercado participa en el ingreso de divisas con un 27,0% llegando a los 427,0 millones de dólares, lo que representa una baja del 2,8% con respecto al 2009.

La permanencia media del viaje varía negativamente en un 7,0% con 16,8 días, el nivel de gasto promedio diario individual fue de 70,8 dólares, lo que se reflejó en un alza del 8,6%.

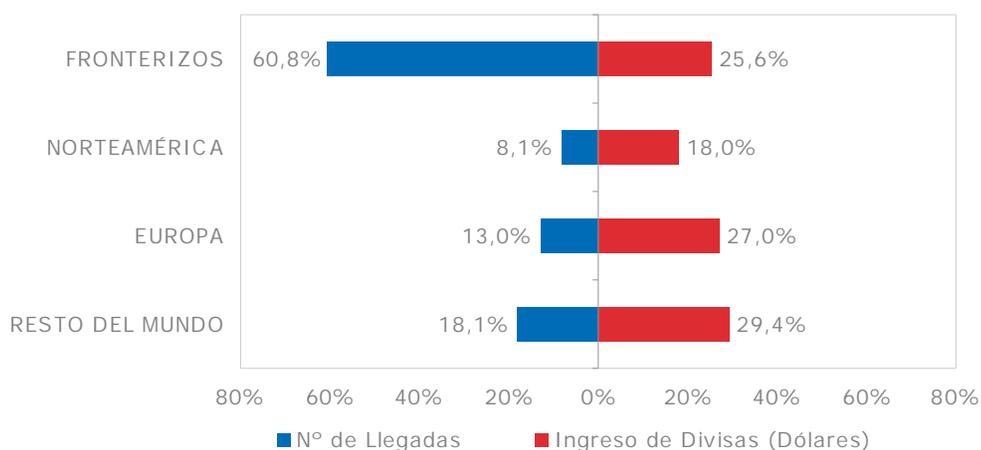
La motivación de ocio-vacaciones representó el 46,3% de las llegadas de turistas europeos, con 166.264 personas, generando 226,7 millones de dólares, el 51,6% de las divisas; la motivación de negocios alcanzó el 29,0% de los viajes, esto es, sobre 104 mil personas, y un 40,7% de la generación de divisas, 164,4 millones de dólares; las visitas a familiares y amigos fueron un 21,8% de las llegadas, sobre 78 mil personas, y 95,1 millones de dólares de divisas.

### 4.4 Características comparativas

Lo descrito anteriormente refleja las marcadas diferencias entre la participación de los países fronterizos y el resto de los mercados, y su relación con el aporte en el ingreso de divisas al país. Mientras que las llegadas procedentes de los países fronterizos son más de la mitad del total, el monto de divisas que generaron supera apenas un quinto del total anual.

#### Gráfico 30

Aporte porcentual de la llegada de turistas y del ingreso de divisas, según el mercado de procedencia de los turistas  
Comparación porcentual año 2010

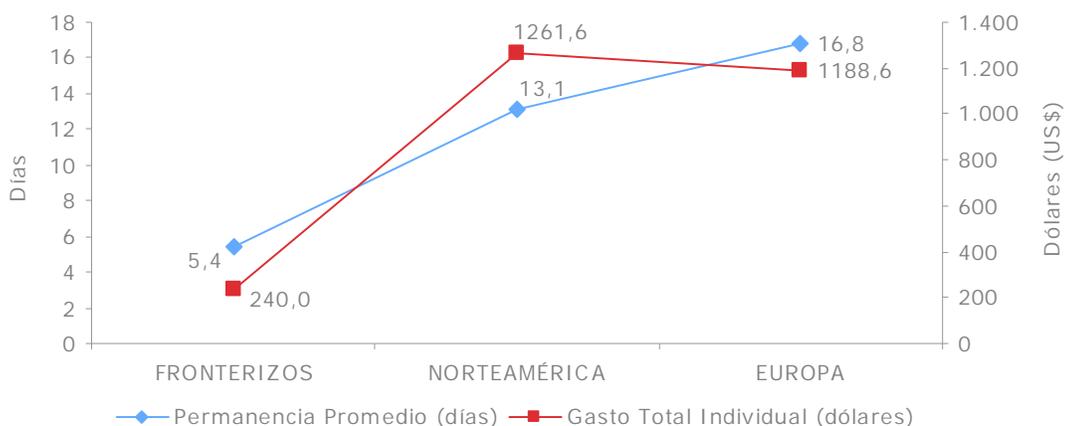


El mercado de los países fronterizos presenta niveles de gasto y permanencia media inferior al nivel de los mercados de larga distancia, registrando aproximadamente un cuarto del gasto

medio total individual y bajo la mitad del promedio de permanencia de un turista de larga distancia.

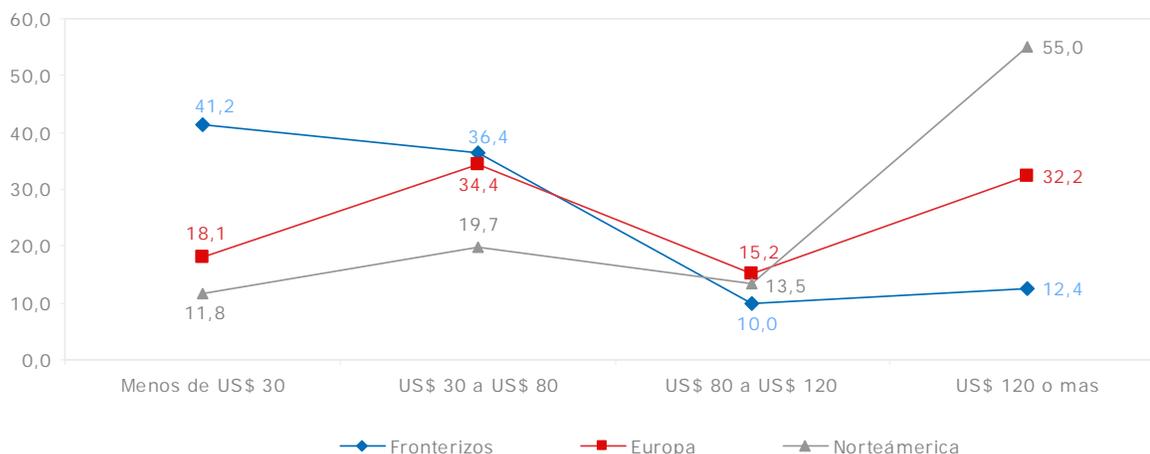
Por su parte, los mercados norteamericano y europeo presentan un nivel de gasto promedio total individual por sobre los 1.100 dólares, diferenciándose entre si en poco más de 70 dólares. No obstante, la permanencia promedio del turista europeo es superior en más de 3 días a la del turista norteamericano. Esto explicaría por qué este último realiza un gasto diario individual mayor al de un turista europeo.

**Gráfico 31**  
Permanencia y gasto promedio total individual según mercado  
Comparación porcentual año 2010



El 41,2% de los turistas provenientes de países fronterizos realizan un gasto promedio total individual menor a 30 dólares, mientras que el 55,0% de los turistas norteamericanos se encasillan en el tramo de 120 dólares o más.

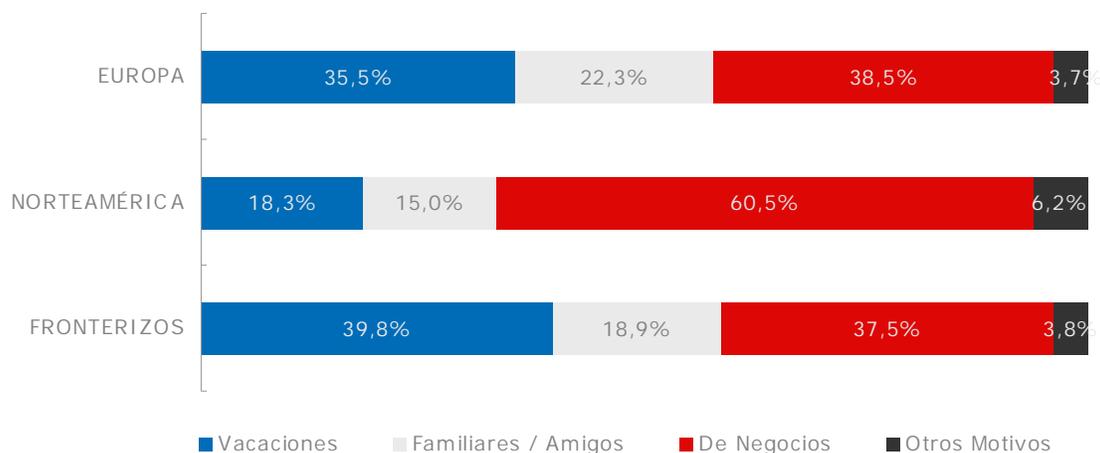
**Gráfico 32**  
Distribución del gasto promedio total individual según mercado  
Comparación porcentual año 2010



Es interesante mencionar el aporte monetario de los turistas que visitan Chile en planes de negocios, ya que aproximadamente el 60,5% de los ingresos de divisas del mercado norteamericano obedece al motivo de negocios. En el caso del mercado europeo es del 38,5% y para los países fronterizos es del 37,5%.

**Gráfico 33**

Distribución del gasto según el motivo del viaje y el mercado de procedencia  
Comparación porcentual año 2010

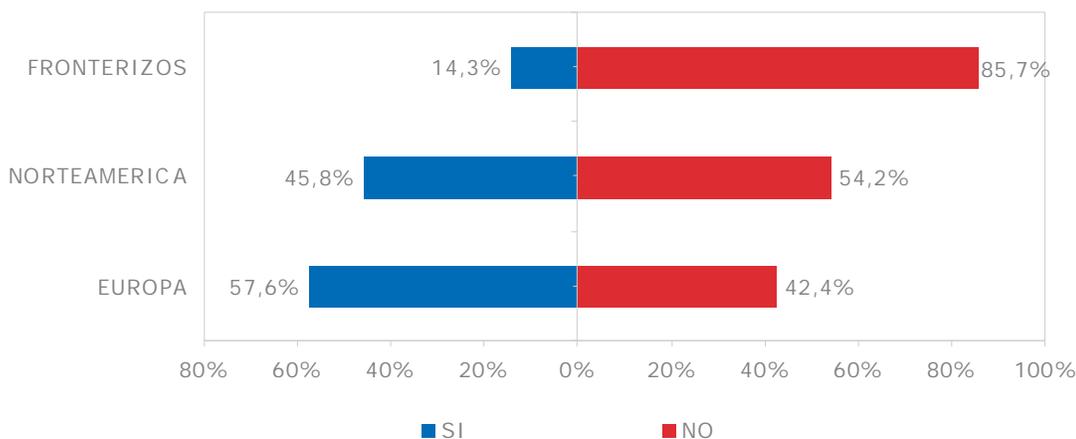


**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.  
"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

Por otra parte, la relación de quienes visitan Chile por primera vez según mercado de procedencia, son inversamente proporcional entre los países fronterizos versus el mercado norteamericano y europeo.

**Gráfico 34**

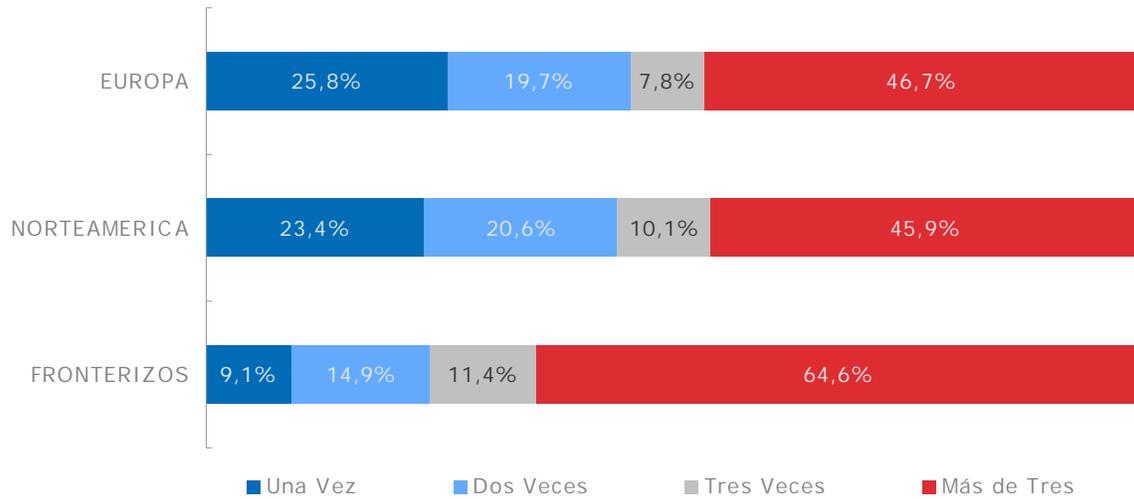
Proporción de turistas que visitan Chile por primera vez según mercado de procedencia  
Comparación porcentual año 2010



El 64,6% de los turistas de países fronterizos han visitado Chile más de tres veces, el 46,7% de Europa y 45,9% del mercado norteamericano. Estos resultados podrían reflejar el interés que tienen los turistas por disfrutar de los atractivos que el país ofrece y del potencial que encierran los mismos, lo que en definitiva los haría regresar.

**Gráfico 35**

Número de veces que un turista ha visitado Chile anteriormente según mercado de procedencia  
Comparación porcentual año 2010



## 5 PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

Siguiendo la tendencia de años anteriores, en el año 2010 la llegada de turistas se concentra principalmente en un 75,1% en cinco mercados emisores: Argentina, Perú, Bolivia, Brasil y Estados Unidos, los que en su conjunto tuvieron un incremento del 1,1% en el volumen de llegadas respecto del año anterior. En cuanto al ingreso de divisas, estos mismos mercados aportan el 52,6% del total anual 2010, sólo un 0,8% más que el año anterior.

### 5.1 Argentina

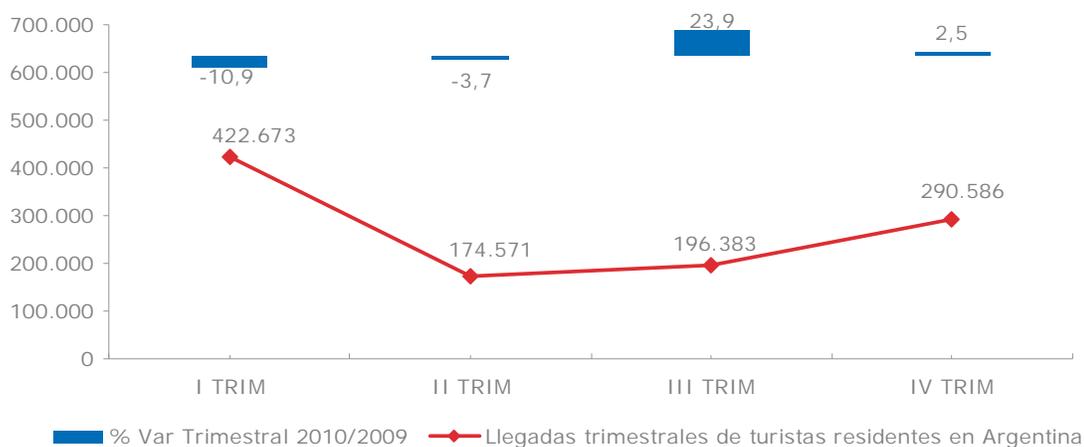
Durante el año 2010 se registraron 1.084.214 llegadas de turistas argentinos a nuestro país, lo que representa más de un tercio (39,1%) del total anual de llegadas, con una disminución del 1,2% respecto al año 2009. Estas llegadas generaron ingresos por 313 millones de dólares, -5,1% en valores nominales comparado con el año 2009. Estos resultados están relacionados con las caídas mensuales observadas durante el primer semestre del año, tras el terremoto.

El turista argentino visitó nuestro país durante 6,2 días y en su estadía en Chile desembolsó 288,8 dólares por concepto de gasto turístico total individual, por lo que su gasto diario fue de aproximadamente 46,6 dólares en promedio. El año 2010, a pesar de las cifras negativas del primer y el segundo trimestre (-10,9% y -3,7% respectivamente), en relación al año 2009, se observa que el mercado argentino privilegia la temporada estival para visitar nuestro país. Es así, que el 65,8% de estos turistas vienen en temporada primavera-verano (I y IV trimestre).

#### Gráfico 36

Estacionalidad de la llegada de turistas residentes en Argentina

Año 2010



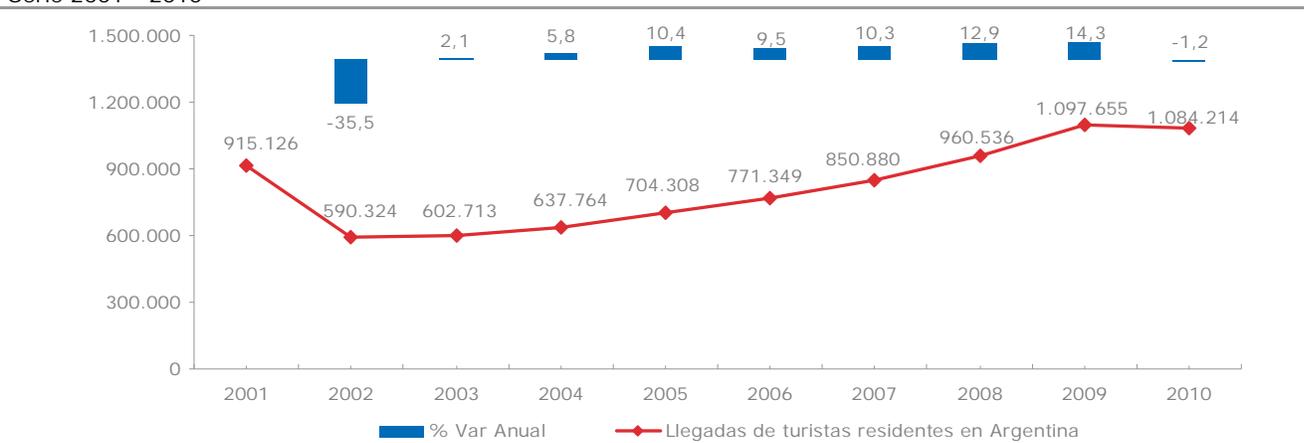
### 5.1.1 Tendencia histórica

La economía argentina presentó una fuerte caída a fines del año 2001 con el denominado “corralito”<sup>4</sup>, que impuso severas restricciones de liquidez de dinero a la banca de ese país. Como consecuencia directa de ello, el flujo de turistas provenientes de Argentina cayó en un 35,5% el año 2002, lo que se reflejó en la baja del 15,3%<sup>5</sup> del total de llegadas de turistas extranjeros a nuestro país. Sin embargo, al año siguiente se experimentó una leve recuperación de la cuota de este mercado, aumentando en un 2,1% la llegada de argentinos. A partir de ese año, y hasta el 2009, el ritmo de crecimiento se recuperó, llegando a una tasa media del 10,5% entre los años 2003 y 2009. Este crecimiento se retrae el año 2010, directamente por efecto del terremoto, esto se ve claramente reflejado en las variaciones de las tasas de crecimiento trimestrales que terminaron por afectar el resultado anual, pero que muestran el efecto de la recuperación hacia fines del año.

#### Gráfico 37

Tendencia de la llegada de turistas residentes en Argentina

Serie 2001 - 2010



Fuente: Nueva Medición del Turismo Receptivo 2001 -2008 y Estudio del Turismo Receptivo 2009 - 2010. SERNATUR

### 5.1.2 Gasto medio

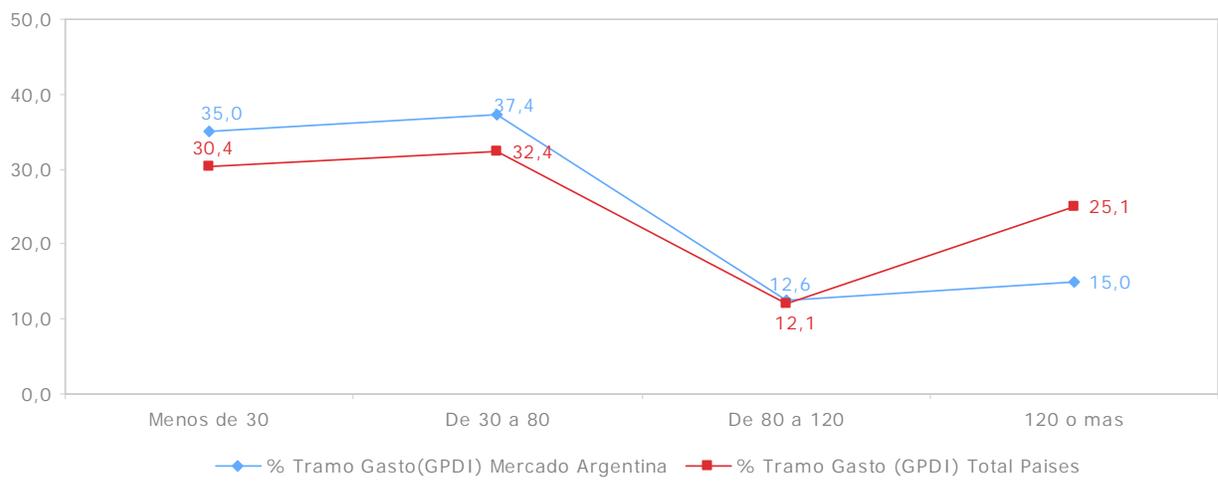
El mercado argentino posee un nivel de gasto inferior a la media total, registrando el 2010 un gasto promedio total individual de 288,8 dólares, un 3,9% menor que el 2009. A su vez, el gasto promedio diario individual fue de 46,6 dólares, un 9,4% superior al efectuado en 2009, resultado que dice relación con la baja en la pernoctación.

<sup>4</sup> En Argentina se denominó “corralito” a una restricción en el rescate de dinero en efectivo de plazos fijos, cuentas corrientes y cajas de ahorro impuesta por el gobierno de Fernando de la Rúa en el mes de diciembre de 2001.

<sup>5</sup> Nueva Medición del Turismo Receptivo 2001-2008.

### Gráfico 38

Distribución del gasto total individual de los turistas residentes en Argentina v/s el Total  
Comparación porcentual año 2010

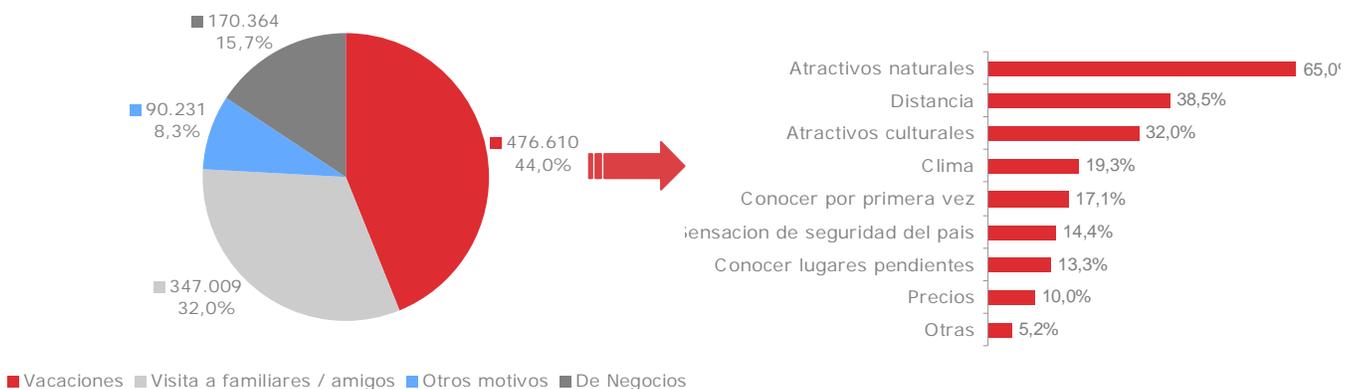


### 5.1.3 Motivación principal del viaje

El 84,3% de este mercado manifiesta visitar nuestro país por motivos personales. De ellos, aproximadamente 476,6 mil turistas tienen como principal motivo el ocio y las vacaciones, igualmente importante (32,0%) son las visitas a familiares y amigos, registrando 347 mil llegadas. Por su parte, los negocios alcanzan un 15,7% del total de llegadas.

### Gráfico 39

Motivación principal del viaje de los turistas residentes en Argentina y sus principales razones para elegir a Chile como destino turístico  
Distribución porcentual año 2010



**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.  
"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

Los turistas motivados por el ocio y vacaciones, manifiestan como principal factor de la selección de Chile como destino turístico sus atractivos naturales. De igual forma el factor distancia y los atractivos culturales se presentan como fundamentales al momento de elegir.



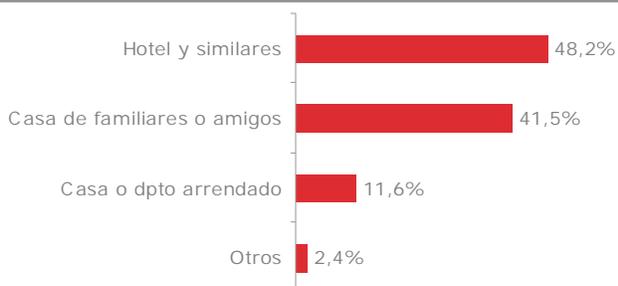
### 5.1.4 Uso de servicios turísticos de alojamiento y alimentación

Un 48,2% de los turistas de este mercado pernoctan en hoteles y similares. Complementariamente, un importante número de turistas ocupan la vivienda de familiares, amigos o conocidos residentes en Chile, de manera parcial o exclusiva durante su estadía (41,5%). Con un porcentaje menor, 11,6%, se ubica la modalidad de casa o departamento arrendado.

Por su parte, entre los servicios de alimentación destaca el restaurante por ser el mayormente utilizado, llegando a 61,0% de las preferencias. La preparación de la propia comida y la alimentación en casa de familiares cobra cada vez más fuerza, alcanzando en su conjunto un 81,2% versus el 67,6% presentado el año anterior. Luego se encuentra el uso del servicio de alimentación del hotel utilizado durante su estancia, con un 26,6%.

**Gráfico 40**

Servicios de alojamiento utilizados por turistas residentes en Argentina  
Distribución porcentual año 2010



**Gráfico 41**

Servicios de alimentación utilizados por turistas residentes en Argentina  
Distribución porcentual año 2010

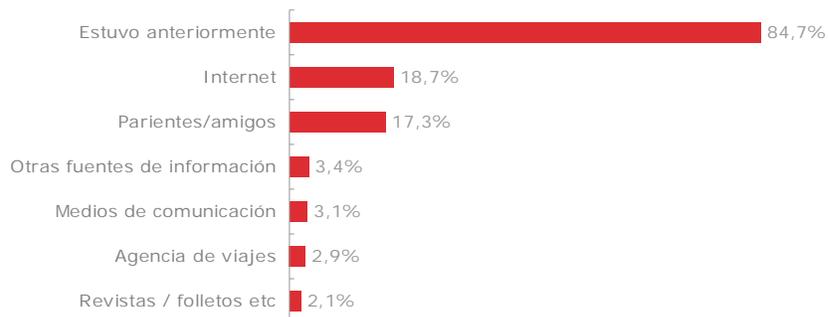


### 5.1.5 Medios de Información

Como ya se ha señalado, la mayor parte de los turistas de este mercado ha visitado anteriormente nuestro país (84,7%), encabezando el ranking de los medios de información. Le sigue con un 18,7% internet, modalidad que crece acorde al desarrollo de la tecnología, es así como el año anterior esta cifra alcanzaba el 10,8%. En tercer lugar se presenta las recomendaciones de familiares y amigos con un 17,3%.

**Gráfico 42**

Medios para informarse respecto a Chile por parte de los turistas residentes en Argentina  
Distribución porcentual año 2010

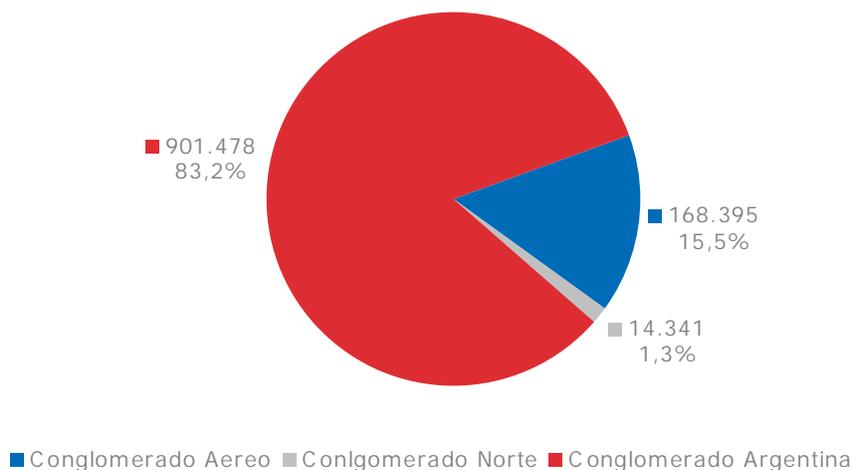


### 5.1.6 Vías de acceso a Chile

Como característica propia de los países fronterizos, el 83,2% de los turistas de este mercado ingresa al país por los distintos pasos terrestres que limitan nuestro país y Argentina. El 15,5%, es decir 168.395 turistas utilizan los puertos aéreos del país y el resto (1,3%) ingresan a través del conglomerado norte, el cual agrupa los pasos fronterizos de Perú y Bolivia.

#### Gráfico 43

Vías de acceso a Chile de los turistas residentes en Argentina  
Distribución porcentual año 2010



### 5.1.7 Otras características

Según se ilustra en el gráfico siguiente, la zona central del país concentra los destinos predilectos de los turistas residentes en Argentina, Santiago y sus alrededores con un 27,5% y la Región de Valparaíso con 21,8%. Le siguen en el ranking el sur de Chile, específicamente Puerto Montt – Puerto Varas, Osorno y Valdivia con el 21,7%, 18,7% y 13,5%, respectivamente. Estas últimas cifras están relacionadas con el flujo de turistas que cruzan la frontera a través del Paso Cardenal Samoré.

#### Gráfico 44

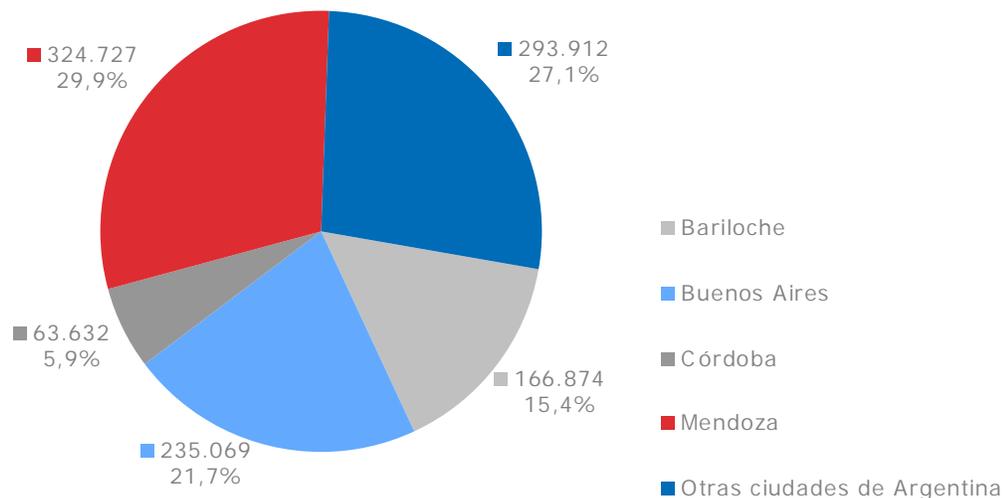
Destinos más frecuentes visitados por los turistas residentes en Argentina  
Distribución porcentual año 2010



El 29,9% de los turistas residentes en Argentina provienen de Mendoza, esto a raíz de la cercanía con el Paso Internacional Los Libertadores, le sigue la ciudad de Buenos Aires y en tercer lugar se encuentra Bariloche, fuente emisora importante debido a la cercanía con el Paso Cardenal Samoré.

#### Gráfico 45

Ciudad de residencia de los turistas procedentes de Argentina  
Distribución porcentual año 2010



## 5.2 Bolivia

Bolivia muestra una variación negativa en la llegada de turistas del 2,0%, descendiendo de los 300.025 arribos en el 2009 a los 294.077 durante el 2010, lo que significa bajar un puesto en el ranking de países emisores de turistas, ocupando el 2010 el tercer lugar. Esta baja se observa con más fuerza en el ingreso de divisas generadas por este mercado llegando a -28,2%, vale decir aproximadamente 10,5 millones de dólares menos, ambos datos en valores nominales.

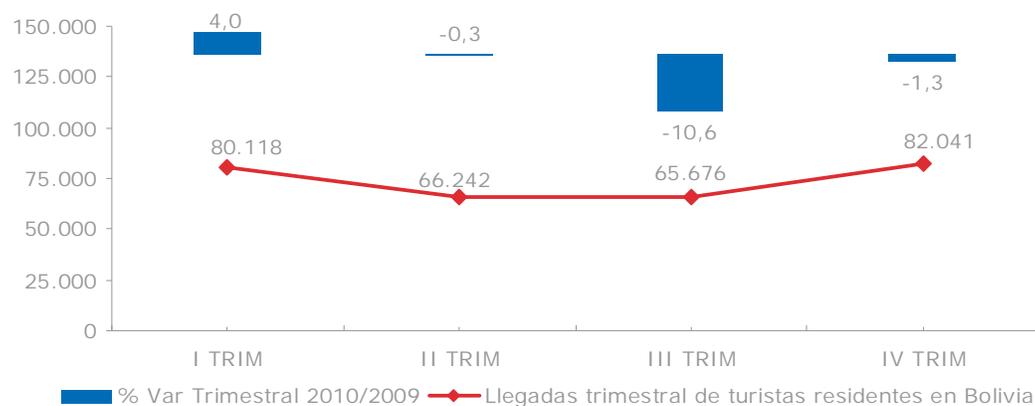
El promedio de permanencia en nuestro país es de 4 a 5 días, tiempo durante el cual realizan un gasto total individual de 90,8 dólares y un gasto promedio diario individual de 19,8 dólares, números que al ser comparados con el año 2009 muestra una baja de 26,7% y 9,6%, respectivamente.

Los turistas bolivianos ingresan a nuestro país, particularmente en el primer y último trimestre del año. A pesar de ser un año negativo en las llegadas, el primer trimestre muestra un crecimiento positivo, influenciado principalmente por el mes de enero. Es así que estos dos trimestres concentran el 55,1% de las llegadas anuales.

### Gráfico 46

Estacionalidad de la llegada de turistas residentes en Bolivia

Miles de turistas, año 2010



### 5.2.1 Tendencia histórica

Desde el 2001 la llegada de turistas presenta un crecimiento sostenido, es así que hasta el año 2005, el promedio de crecimiento ronda el 15,4% anual. El año 2006, se nota un fuerte aumento en las llegadas de turistas, comparado con el año 2005 (35,2% de variación), fenómeno vinculado con el acuerdo migratorio<sup>6</sup> entre ambos gobiernos de supresión del uso de

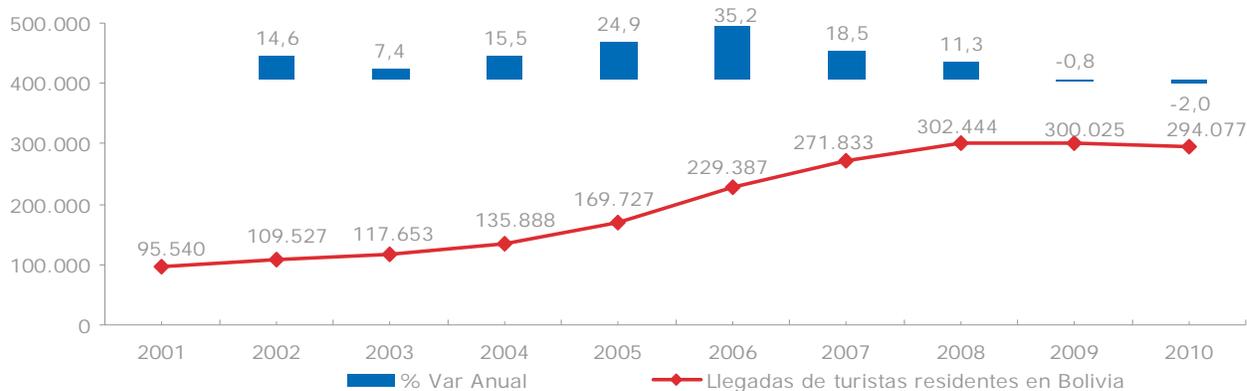
<sup>6</sup> Acuerdo de agosto 2005, durante gobiernos de Ricardo Lagos (Chile) y Eduardo Rodríguez (Bolivia).

pasaporte para realizar viajes entre ambos países, utilizando únicamente como documento de viaje el Documento Nacional de Identificación (DNI), esto agilizó el movimiento en fronteras, aumentando el número de llegadas durante los años siguientes. Sin embargo, el año 2009 se produce una baja en las llegadas (variación de 0,8%) situación que continúa el 2010. Esto último se puede explicar por el terremoto del 27 F.

### Gráfico 47

#### Tendencia de la Llegada de turistas residentes en Bolivia

Miles de turistas, serie 2001 - 2010



Fuente: Nueva Medición del Turismo Receptivo 2001 -2008 y Estudio del Turismo Receptivo 2009 - 2010. SERNATUR

### 5.2.2 Distribución del gasto medio

Durante el 2010 el gasto medio de los turistas bolivianos fue de 90,8 dólares, disminuyendo, en valores nominales, en un 26,7%, así también el gasto promedio diario individual tuvo una baja del 9,6%, llegando a 19,8 dólares diarios.

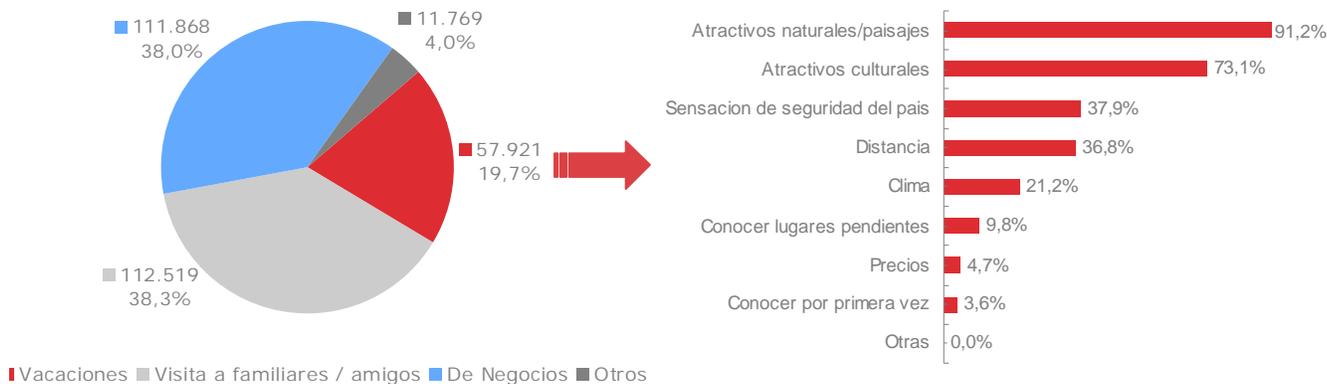
### 5.2.3 Motivación principal del viaje

Los turistas de este mercado se mueven por dos principales motivos: la visita a familiares y amigos y los negocios (38,3% y 38,0% respectivamente). Sin embargo, un 19,7% visita Chile por vacaciones, el 91,2% de ellos por sus atractivos naturales, el 73,1% por atractivos culturales. La sensación de seguridad de nuestro país es un factor importante para estos turistas (37,9%).

### Gráfico 48

Motivación principal del viaje de los turistas residentes en Bolivia y sus principales razones para elegir a Chile como destino turístico

Distribución porcentual año 2010.



**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.

"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

### 5.2.4 Uso de servicios turísticos de alojamiento y alimentación

El 56,0% de los turistas bolivianos pernoctaron en hoteles y similares, mientras que un 39,7% prefiere pasar su estancia en casa de familiares y amigos. Un 3,2% pernocta en otro medio de alojamiento.

El 78,3% de los turistas bolivianos almuerza o cena en restaurante, que corresponden generalmente a pequeñas fuentes de soda del sector norte de Arica. El 39,1% lo hace en casa de familiares o amigos.

### Gráfico 49

Servicios de alojamiento utilizados por turistas residentes en Bolivia

Distribución porcentual año 2010.



### Gráfico 50

Servicios de alimentación utilizados por turistas residentes en Bolivia

Distribución porcentual año 2010.



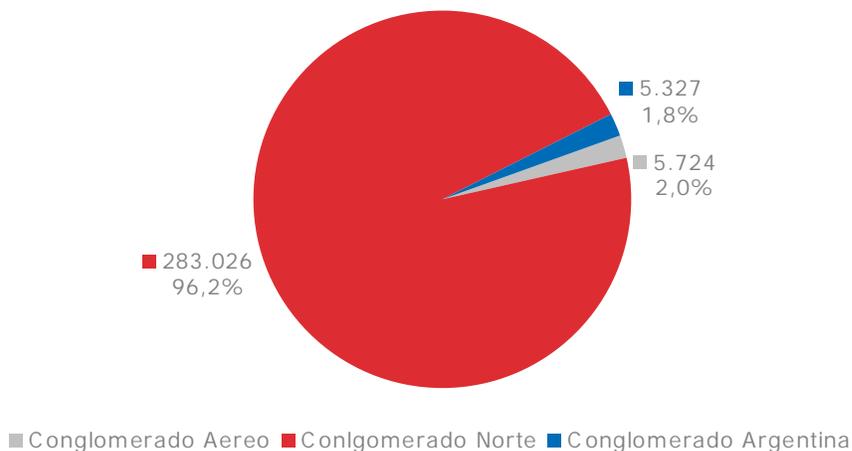
### 5.2.5 Vías de acceso a Chile

El mayor flujo de turistas residentes en Bolivia ingresa al país por la frontera norte, principalmente por los pasos fronterizos Chungará y Colchane, con un 96,2%. El resto se distribuye entre vía aérea (2,0%) y la frontera argentina (1,8%).

#### Gráfico 51

Vías de acceso a Chile de los turistas residentes en Bolivia

Distribución porcentual año 2010



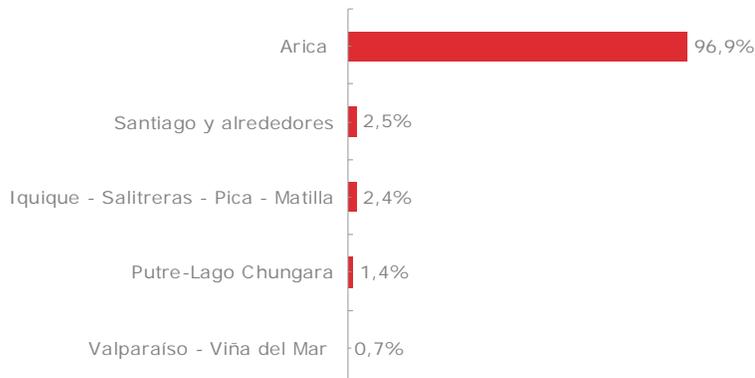
### 5.2.6 Otras características

El mayor porcentaje de este mercado visita la ciudad de Arica (96,9%), lo que está directamente relacionado por la cercanía con el Paso Fronterizo Chungará, uno de los principales puertos de entrada al país. Le sigue Santiago con un 2,5%, y un porcentaje muy similar (2,4%) tiene como destino el sector de Iquique.

#### Gráfico 52

Destinos más frecuentes de los turistas residentes en Bolivia

Distribución porcentual año 2010

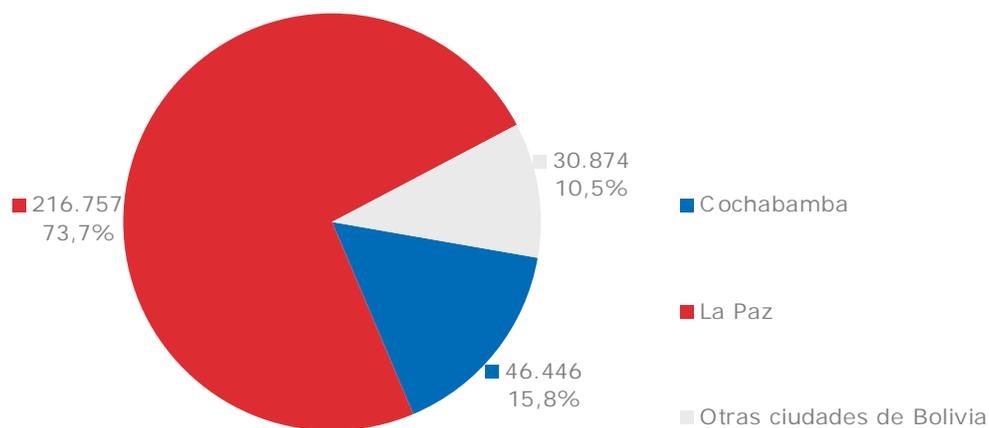


La Paz es la principal ciudad emisora de turistas bolivianos con el 73,7% del total, seguido por Cochabamba con el 15,8% del total.

**Gráfico 53**

Ciudad de residencia de los turistas procedentes de Bolivia  
Distribución porcentual año 2010

---



### 5.3 Perú

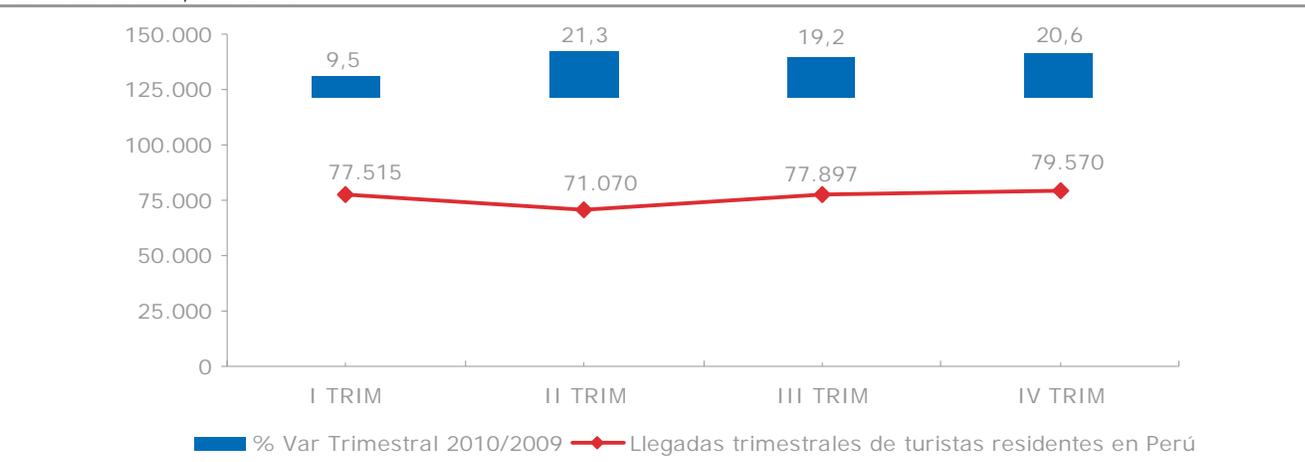
El mercado turístico peruano presenta un fuerte incremento (17,4%) en el ingreso de turistas durante el 2010. Bajo un escenario recesivo en términos de crecimiento, Perú es el segundo mayor mercado emisor de turistas, con un total de 306.053 llegadas, 11,0% del total anual de llegadas a nuestro país. El ingreso de divisas que genera este mercado tiene una participación del 4,1% en el total, con 64,3 millones de dólares, 11,7% más que el año 2009.

La permanencia presentó una abrupta caída de 30,4%, alcanzando una estancia promedio de 3,6 días. Según se observa, las llegadas presentaron tasas de crecimiento positivas en todos los trimestres del año, en comparación con el 2009, además de ser un mercado con llegadas homogéneas durante el año, con leve declive durante el segundo trimestre para aumentar paulatinamente hacia fines del año.

#### Gráfico 54

Estacionalidad de la llegada de turistas residentes en Perú

Miles de turistas, año 2010



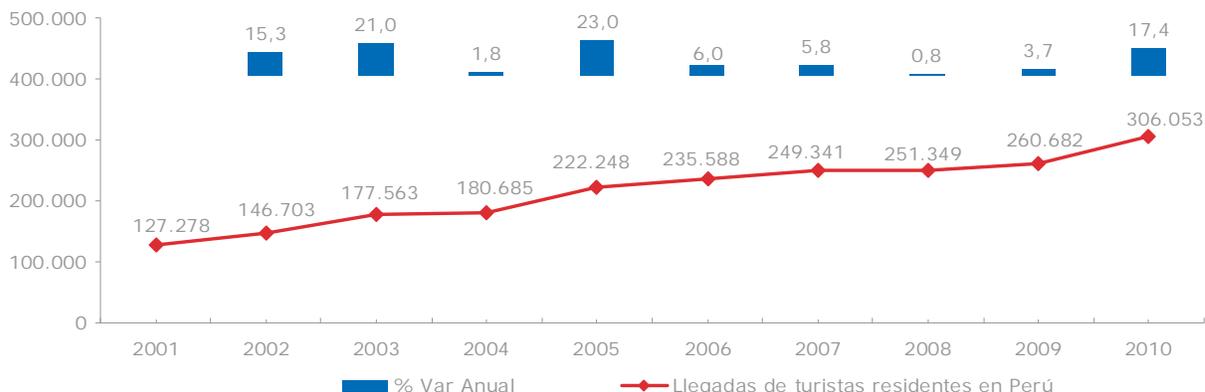
#### 5.3.1 Tendencia histórica

Desde el año 2001 ha experimentado una tendencia fluctuante en las llegadas de turistas peruanos, con tasas de crecimiento positivas, incluso de dos dígitos en algunos periodos. Cabe mencionar que en el año 2005, al igual que lo expuesto con el mercado Boliviano, la firma de un acuerdo para liberar el uso de pasaporte como documento de viaje entre ambos países impulsó el alza en la tasa de crecimiento, alcanzando un 23,0% el año 2005, en referencia al 2004. Los años posteriores también muestran cifras positivas. No obstante, el 2008 presenta un estancamiento en las llegadas para luego retomar el crecimiento alcanzando el año 2010 una tasa del 17,4%.

### Gráfico 55

Tendencia de la llegada de turistas residentes en Perú

Serie 2001 – 2010



Fuente: Nueva Medición del Turismo Receptivo 2001 -2008 y Estudio del Turismo Receptivo 2009- 2010. SERNATUR

### 5.3.2 Gasto medio

El mercado peruano presenta durante el año 2010 un gasto medio total individual de 210,2 dólares, un 4,8% menor que el 2009, alcanzando el 36,9% respecto del gasto promedio total. Asimismo, el gasto promedio diario individual fue de 58,5 dólares, que en términos comparativos supera al gasto de Argentina y Bolivia.

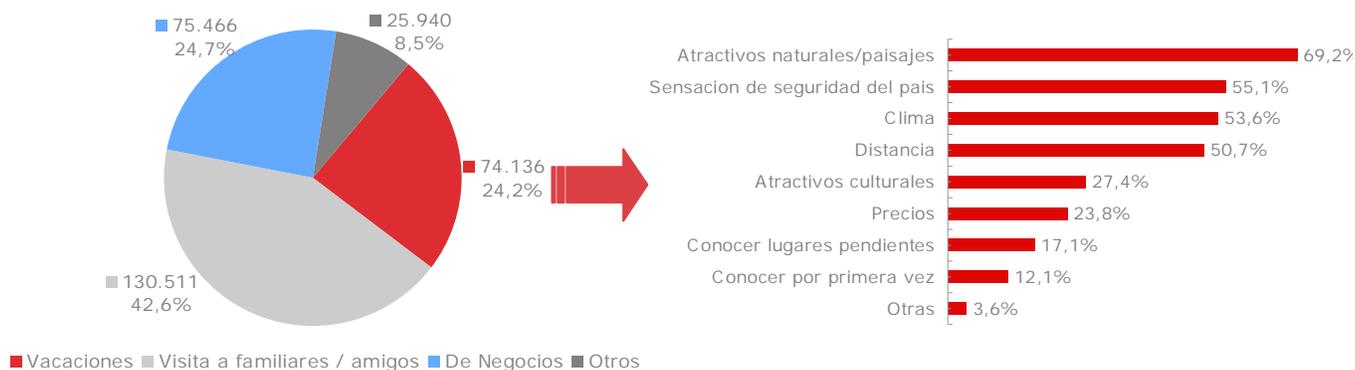
### 5.3.3 Motivación principal del viaje

La visita a familiares / amigos es la principal motivación de este mercado con un significativo 42,6%. En segundo lugar están los turistas motivados por los negocios con un 24,7%. Mientras que unos 74 mil turistas lo hacen motivados por las vacaciones y el ocio. De este segmento, los atractivos naturales, la seguridad de nuestro país y el clima son los principales factores para seleccionar a Chile como destino turístico.

### Gráfico 56

Motivación principal del viaje de los turistas residentes en Perú y sus principales razones para elegir a Chile como destino turístico.

Distribución porcentual año 2010



Nota: "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.

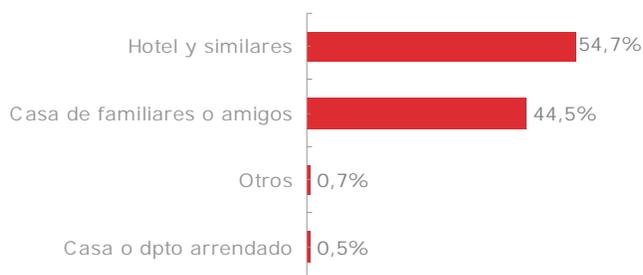
"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

### 5.3.4 Uso de servicios turísticos de alojamiento y alimentación

El principal servicio de alojamiento son los hoteles y similares (54,7%), y la visita a restaurantes (79,1%), en cuanto al servicio alimentación más utilizado por este mercado. De acuerdo al perfil de estos turistas, los restaurantes aquí mencionados corresponden a fuentes de soda ubicadas en la ciudad de Arica. Vinculando el motivo y el gasto promedio diario individual, se explica que un 44,5% de los turistas peruanos alojen en casa de familiares y amigos y un porcentaje cercano a éste consume sus alimentos en el mismo lugar.

**Gráfico 57**

Servicios de alojamiento utilizados por turistas procedentes de Perú  
Distribución porcentual año 2010



**Gráfico 58**

Servicios de alimentación utilizados por turistas procedentes de Perú  
Distribución porcentual año 2010

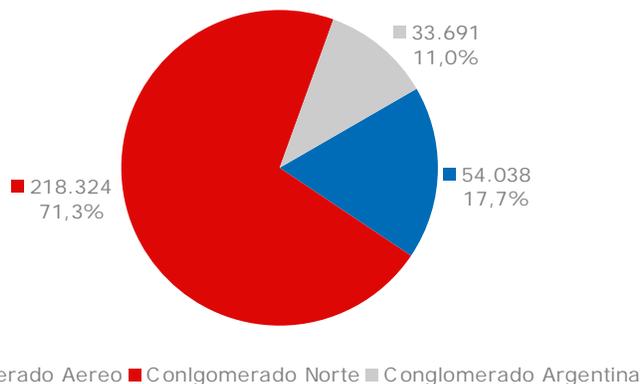


### 5.3.5 Vías de acceso a Chile

El mayor volumen de turistas residentes en Perú ingresa a través de nuestra frontera norte con un 71,3% del total de llegadas, y se producen particularmente por el paso fronterizo Chacalluta Terrestre. Un 17,7% de este mercado registra su ingreso por vía aérea y el resto se distribuye a través del conglomerado Argentina.

**Gráfico 59**

Vías de acceso a Chile de los turistas residentes en Perú  
Distribución porcentual año 2010



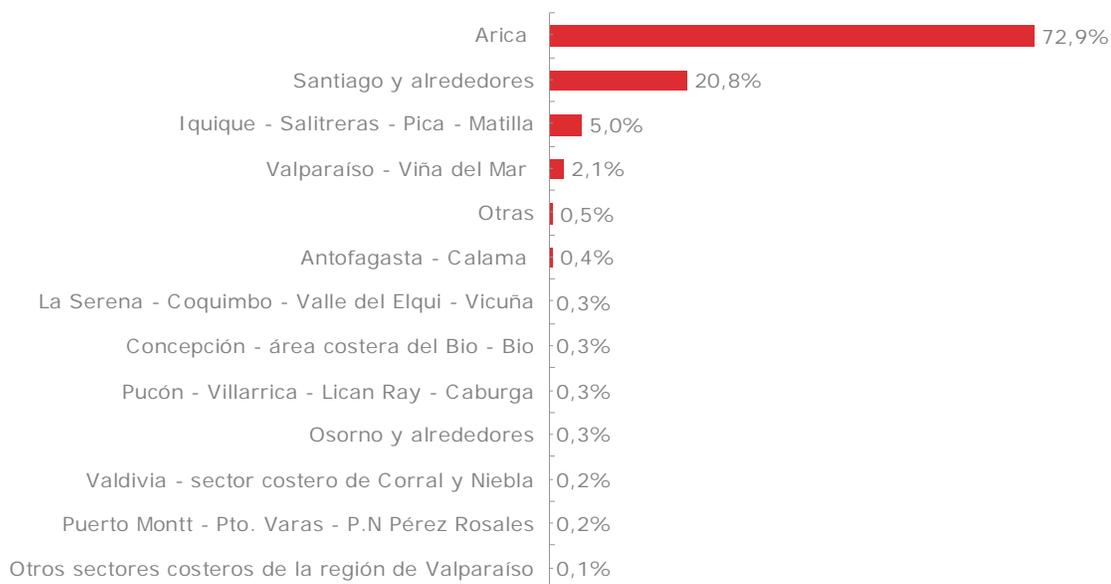
### 5.3.6 Otras características

Resultado del factor distancia entre la frontera peruana con nuestra zona norte, es esta zona la más visitada durante el año, abarcando el 72,9% de las visitas. Mientras que un 20,8% de los turistas peruanos manifiestan visitar Santiago y sus alrededores.

#### Gráfico 60

Destinos más frecuentes de los turistas residentes de Perú

Distribución porcentual año 2010

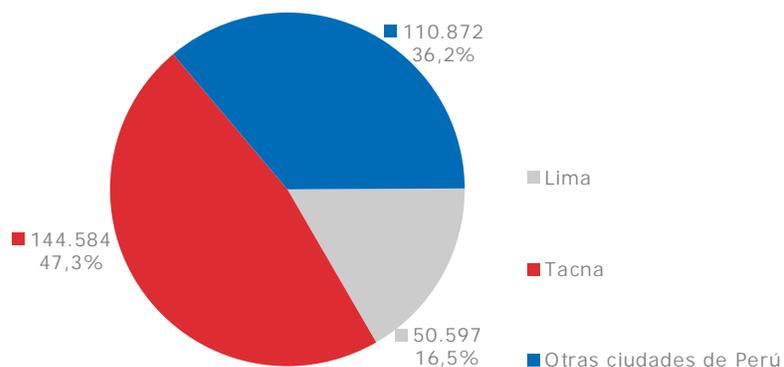


Tacna es la ciudad emisora de turistas más importante de este mercado, con un 47,3% del total de llegadas. Lima, ciudad capital de Perú, alcanza el 16,5%, mientras que la diferencia se distribuye en otras ciudades del vecino país.

#### Gráfico 61

Ciudad de residencia de los turistas procedentes de Perú

Distribución porcentual año 2010



## 5.4 Brasil

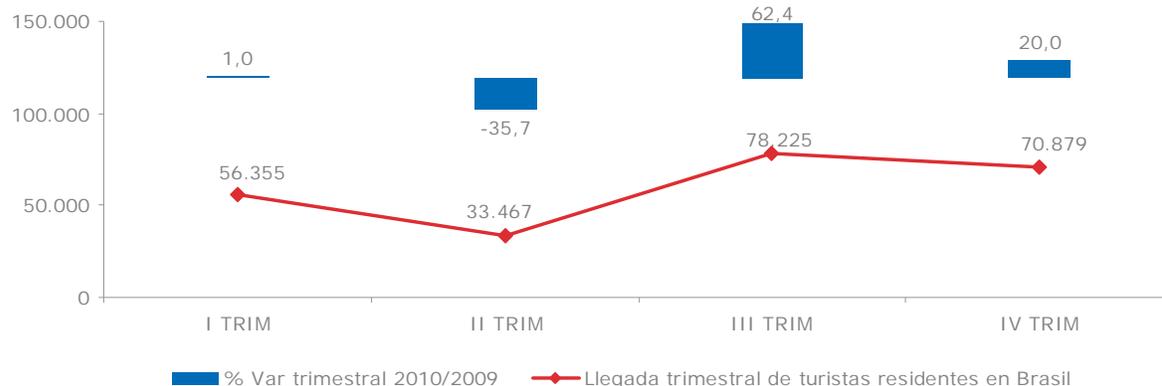
La llegada de turistas brasileros aumentó en un 11,1% con respecto al año 2009. Esta variación positiva se replica en el ingreso de divisas, con un 13,4%, en valores nominales, comparado con el año anterior. El nivel de gasto promedio total individual aumentó desde 952,0 dólares año 2009 a 971,5 dólares en el año 2010. Sin embargo, la permanencia promedio tuvo una muy tenue variación de -2,3%, llegando a un promedio de 7,5 días.

En un escenario trimestral se observa que la llegada de turistas de este mercado, luego de un primer trimestre que prácticamente se vio estancado, experimenta un fuerte descenso durante el segundo trimestre del año (-35,7%), post terremoto. Sin embargo, hacia el tercer trimestre se contempla un incremento fuerte en la llegada de turistas alcanzando una tasa de variación de un 62,4%, en referencia a igual período del año 2009. Lo que muestra por un parte, una recuperación de los efectos de la crisis económica y de la gripe AH1N1 fenómenos que impactaron negativamente en las llegadas de turistas de este mercado durante el tercer trimestre del año 2009 y por otra, revela el interés por el producto nieve que se desarrolla en nuestro país. La tendencia al crecimiento se mantuvo durante el último trimestre del año, pero a un ritmo más moderado.

### Gráfico 62

Estacionalidad de las llegadas de los turistas residentes en Brasil

Año 2010



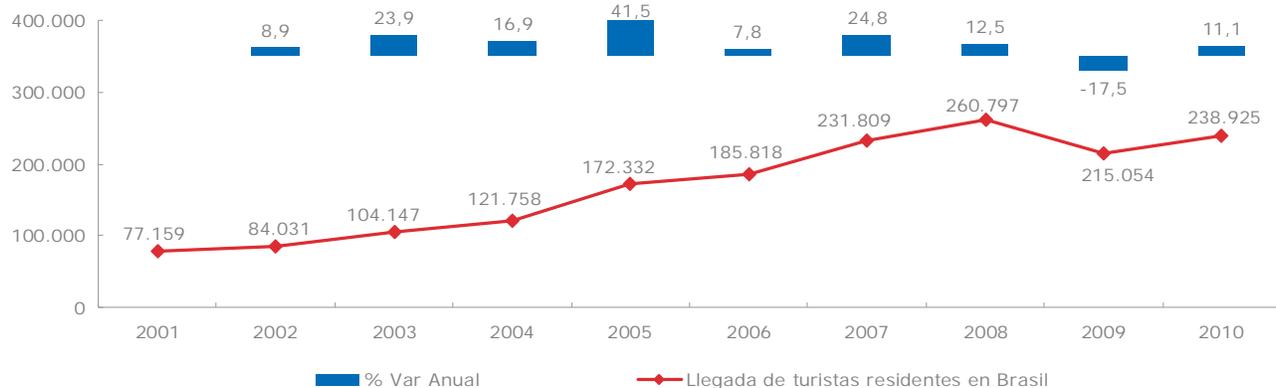
### 5.4.1 Tendencia histórica

Brasil es un mercado que desde el año 2001 presenta una tendencia al alza, lo que se explica por su estabilidad económica. Asimismo, existen factores que han influido en estos resultados, es así que en el año 2002 se firma un acuerdo migratorio entre ambos gobiernos, que entre otras medidas libera el uso del pasaporte para viajar entre ambos países. Esto explica el crecimiento sostenido durante los años 2003 al 2005, mientras que en el año 2006 se produce una desaceleración en el crecimiento de llegadas, alcanzando un 7,8%. Durante los años 2007 y 2008 la llegada de turistas se reactiva con un 24,8% y 12,5%, respectivamente. Sin embargo, la crisis económica del año 2009 y la gripe AH1N1, afectan negativamente la tasa de crecimiento durante este año (variación de 17,5%), mientras que en el 2010 se recupera el crecimiento observado en los periodos anteriores con una variación porcentual del 11,1%.

### Gráfico 63

Tendencia de las llegadas de turistas residentes en Brasil

Serie 2001 - 2010



Fuente: Estudio Nueva Medición del Turismo Receptivo 2001 - 2008, y Estudio del Turismo Receptivo 2009 - 2010. SERNATUR.

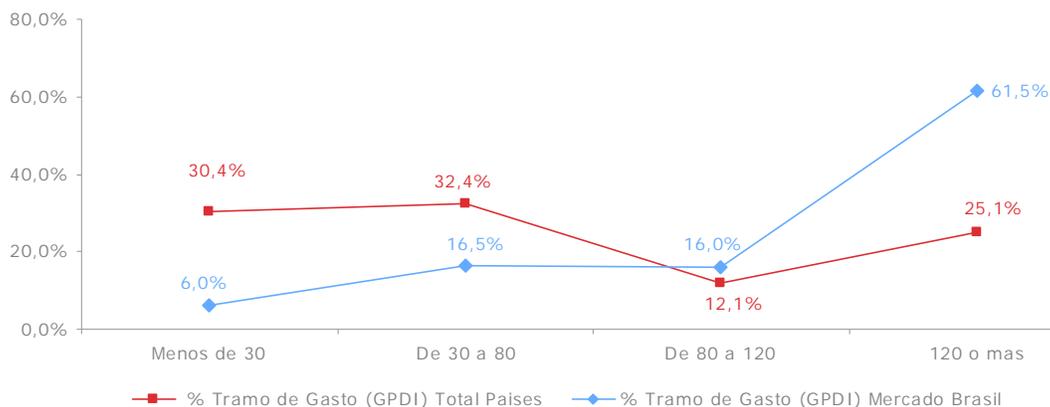
#### 5.4.2 Distribución del gasto medio

El turista de este mercado registra durante el año 2010 un gasto promedio total individual de 971,5 dólares, lo que representa un aumento del 2,0% respecto del gasto efectuado en el año 2009. Al comparar esta cifra con el gasto promedio total individual del conglomerado de países fronterizos<sup>7</sup>, el gasto de un turista del mercado brasilero es casi 4 veces mayor. El gasto promedio diario individual, por su parte, alcanza los 129,9 dólares, por sobre el gasto diario individual del total de mercados (68,1 dólares). Si se observa la distribución, de acuerdo al tramo de gasto, se ve que el 61,5% de los turistas brasileros gasta en promedio 120 dólares o más al día, versus el 25,1% del total de turistas.

### Gráfico 64

Distribución del gasto total individual de brasileros y el total de países

Comparación porcentual año 2010



<sup>7</sup> Argentina, Perú, Bolivia.

### 5.4.3 Motivación principal del viaje

El 58,8% de los turistas residentes en Brasil viajaron a nuestro país motivados por vacaciones / ocio, porcentaje que se traduce en 140.440 turistas, un 2,2% más que el año anterior. Los negocios ocupan un segundo lugar con un 31,1% del total, con una variación positiva del 30,7% respecto al año 2009.

#### Gráfico 65

Motivación principal del viaje de los turistas residentes en Brasil y sus principales razones para elegir a Chile como destino turístico

Distribución porcentual año 2010



**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.

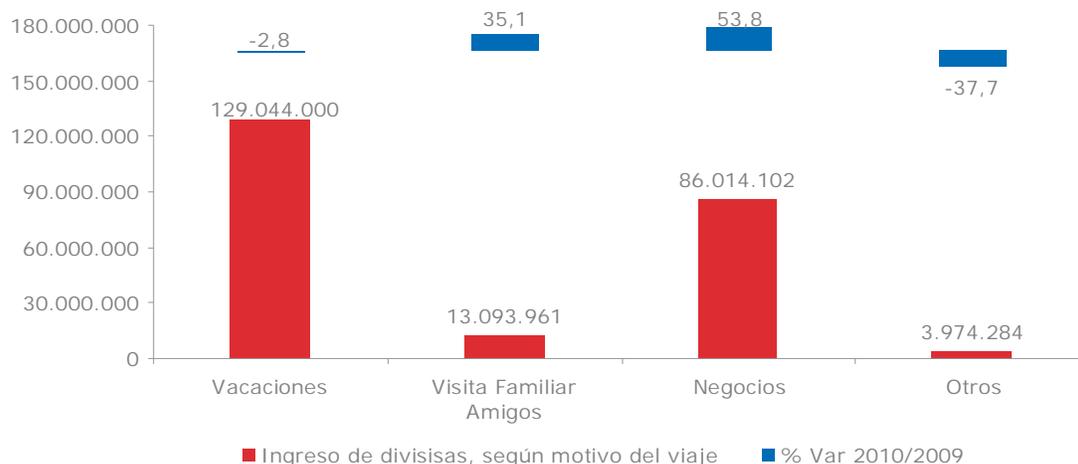
"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

El 81,3% de los turistas motivados por vacaciones tienen como principal razón de sus viajes el visitar los atractivos naturales de nuestro país, mientras que el 37,9% lo hacen por el deseo de conocerlo y el 33,7% por los atractivos culturales.

Si se considera el ingreso de divisas, de acuerdo al motivo del viaje, se aprecia que un 55,6% de los ingresos de divisas de los turistas residentes en Brasil corresponden al motivo vacaciones, mientras que el motivo de negocios ocupa el 37,1% sobre el total de ingresos de divisas que aporta este mercado, 53,8% más que lo registrado en el año anterior.

**Gráfico 66**

Distribución del ingreso de divisas de los turistas residentes en Brasil según motivo del viaje  
Distribución según el gasto año 2010



**Fuente:** Estudio Nueva Medición del Turismo Receptivo 2001 - 2008, y Estudio del Turismo Receptivo 2009 - 2010. SERNATUR.

5.4.4 Uso de Internet

Internet es la herramienta más utilizada por este mercado para recopilar información acerca de Chile, alcanzando el 50,7% sobre el total de los medios de información. La recomendación por parte de familiares y amigos que conocen Chile alcanza el 30,1%, mientras que el recurrir a agencias de viajes solo alcanza el 11,8%.

**Gráfico 67**

Medios para informarse respecto a Chile, por parte de los turistas residentes en Brasil  
Distribución porcentual año 2010

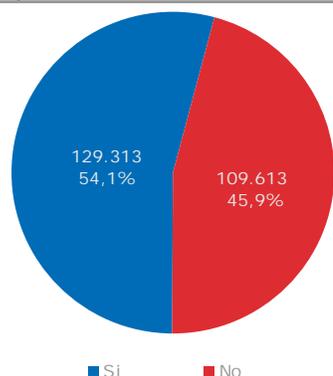


El 54,1% de los turistas residentes en Brasil ingresados durante el año 2010 visitan nuestro país por primera vez, del porcentaje restante un 47,7% de ellos ha visitado Chile en más de tres oportunidades.

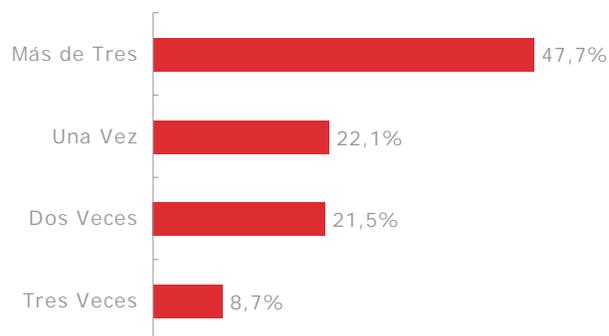


**Gráfico 68**

Turistas residentes en Brasil que visitan Chile por primera vez  
Distribución porcentual año 2010

**Gráfico 69**

Cantidad de veces que han venido turistas residentes en Brasil a Chile anteriormente  
Distribución porcentual año 2010



#### 5.4.5 Uso de servicios turísticos de alojamiento y alimentación

El hotel y el restaurante, con el 89,9% y el 90,7% de las preferencias, respectivamente, son los servicios turísticos mayormente utilizados por los turistas residentes en Brasil para alojarse y alimentarse, lo cual explica en gran parte el elevado nivel de gasto que presenta este mercado al ser comparado con aquellos que provienen de países fronterizos, quienes tienen una alta proporción en utilizar la vivienda de familiares y amigos, tanto para pernoctar como para alimentarse. En el caso del mercado brasileño, la casa de familiares y amigos presenta un porcentaje del 9,6% en alojamiento y 9,7% en alimentación.

**Gráfico 70**

Servicios de alojamiento utilizados por turistas procedentes de Brasil  
Distribución porcentual año 2010

**Gráfico 71**

Servicios de alimentación utilizados por turistas procedentes de Brasil  
Distribución porcentual año 2010



#### 5.4.6 Otras características

El turista con residencia en Brasil concentra su viaje preferentemente en la zona central de Chile. Durante el 2010, el 81,4% de los turistas de este mercado visitaron Santiago o sus alrededores, mientras que el 15,6% viajó a la zona costera comprendida por Valparaíso y Viña

del Mar. La ida a los centros invernales, con el fin de practicar deportes de temporada, alcanza el 4,5% de las visitas para el año en estudio.

### Gráfico 72

#### Destinos frecuentes visitados por los turistas residentes en Brasil

Distribución porcentual año 2010

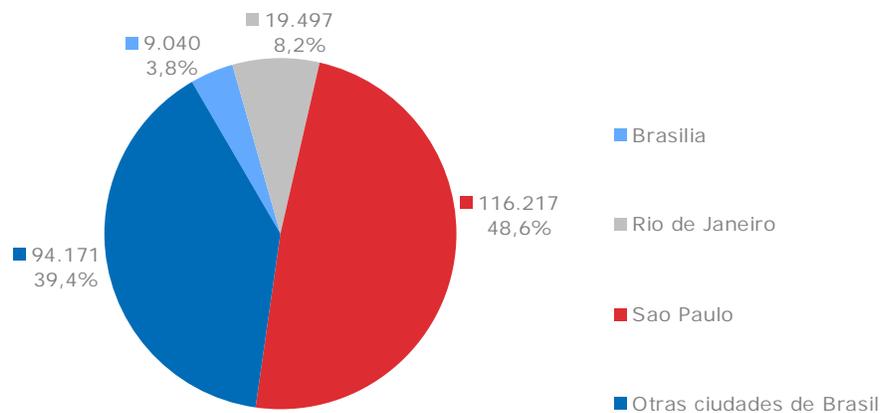


Los turistas con residencia en Brasil provienen mayoritariamente de la ciudad de Sao Paulo, con 116.217 turistas.

### Gráfico 73

#### Ciudad de residencia de los turistas procedentes de Brasil

Distribución porcentual año 2010



## 5.5 Estados Unidos

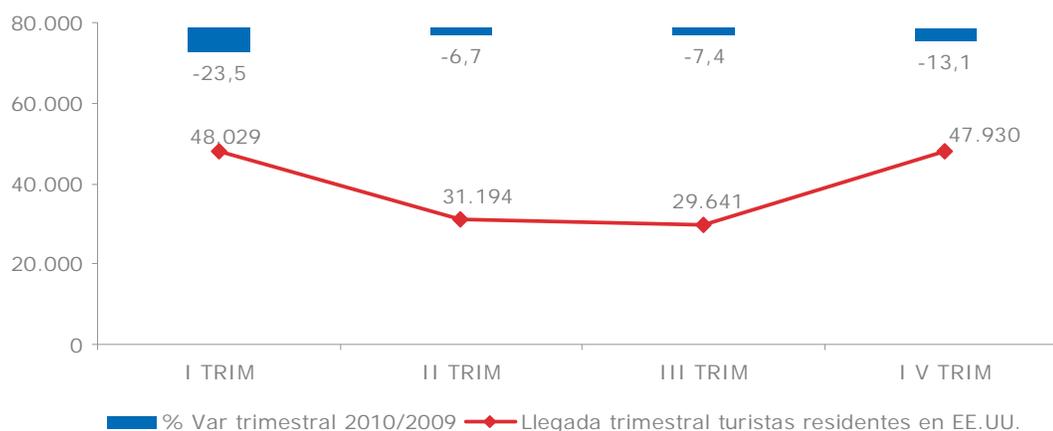
Estados Unidos es el quinto mercado emisor de turistas más importante para nuestro país en referencia al volumen de llegadas, concentrando el 5,6% sobre el total. Durante el año 2010 la llegada de turistas residentes en EEUU registró una variación negativa del 14,5% en relación al año anterior, la más baja de los mercados en observación. Esta variación puede encontrar explicación en la situación económica que atraviesa este mercado que tiene como efecto, entre otros, una importante depreciación de su moneda. Si bien, existe una variación negativa en todos los trimestres del año 2010, en comparación a iguales periodos 2009, se observa una marcada estacionalidad en las llegadas durante el primer y el cuarto trimestre del año.

Sin embargo, este mercado es uno de nuestros principales países emisores de divisas, concentrando el 12,4% sobre el total de ingresos durante el 2010, lo que equivale a 195,3 millones de dólares, cifra 0,2% menor que el año 2009, en valores nominales. Este ingreso se ve reflejado en los 1.245,6 dólares en gasto promedio total individual, con una permanencia de 12,5 días, 4,7% menor que el año anterior.

### Gráfico 74

Estacionalidad de la Llegada de turistas residentes en Estados Unidos

Llegadas trimestrales en miles de turistas año 2010



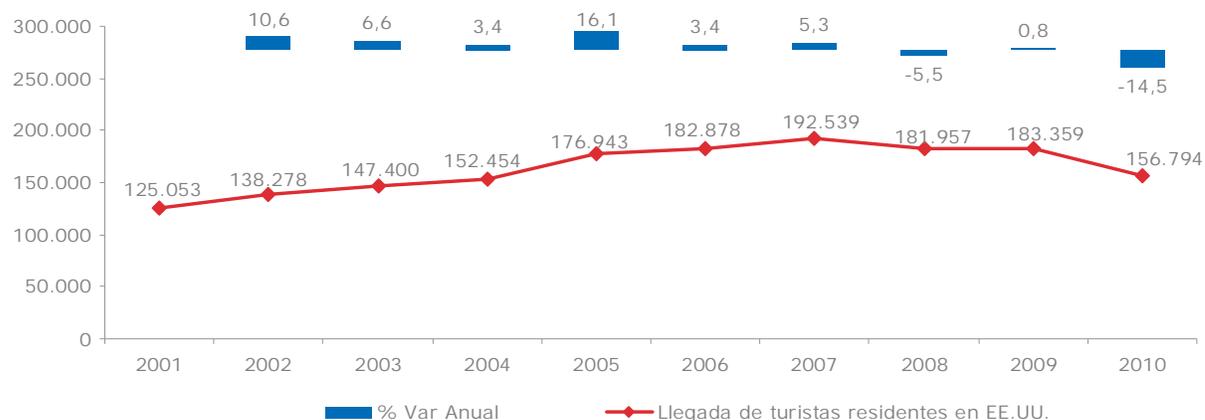
### 5.5.1 Tendencia histórica

El comportamiento de las llegadas anuales muestra un incremento variable pero sostenido hasta el año 2007, con tasas de variación que pasan de los dos a un solo dígito, pero que en el periodo (2001-2007) alcanza un crecimiento del 7,5%. Sin embargo, el año 2008 presenta un importante descenso, 5,5% respecto al 2007, vinculado principalmente a los efectos del crack bursátil del mercado norteamericano del 2008. A partir de esa fecha las llegadas han tenido un comportamiento errático, en que el complicado escenario económico de EEUU, la gripe AH1N1, el terremoto 27F del 2010 en nuestro país, han influido en una tendencia recesiva en las llegadas, presentando el 2010 una tasa de variación negativa del 14,5%.

### Gráfico 75

Tendencia histórica de las llegadas de turistas residentes en Estados Unidos

Serie años 2001 – 2010



Fuente: Estudio Nueva Medición del Turismo Receptivo 2001 - 2008, y Estudio del Turismo Receptivo 2009 - 2010 SERNATUR.

#### 5.5.2 Distribución del gasto medio

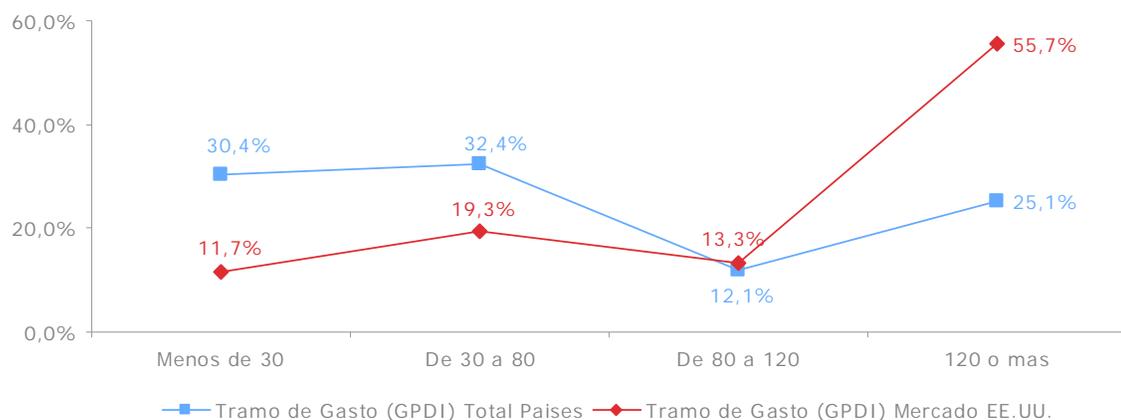
El gasto promedio total individual de este mercado alcanzó los 1.245,6 dólares, gasto más de dos veces mayor que el gasto medio total anual que registra el país, ocupando el tercer lugar del ranking en ingreso de divisas.

De acuerdo a los tramos de gasto, el 55,7% de los turistas residentes en Estados Unidos tienen un gasto promedio diario individual de 120 o más dólares, porcentaje superior al 25,1% del total anual 2010.

### Gráfico 76

Distribución del gasto medio de los turistas residentes en Estados Unidos.

Comparación porcentual año 2010



### 5.5.3 Motivación principal del viaje

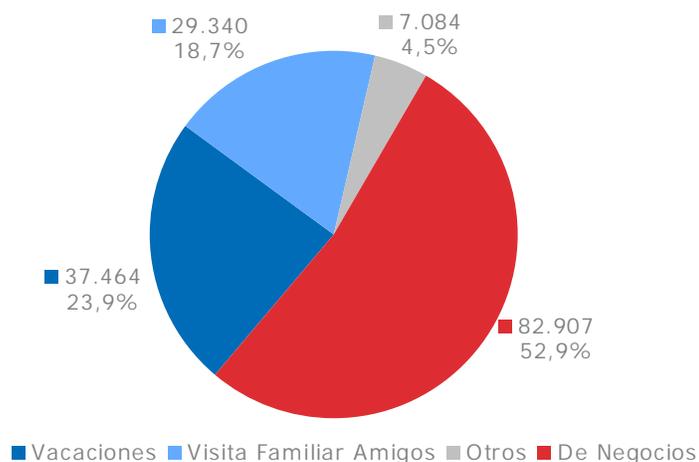
El principal motivo de visita a Chile de este mercado son los negocios, con un total de 82.907 turistas, un 14,4% más que el año 2009, abarcando el 52,9% del total de llegadas de turistas provenientes de EEUU. Este segmento aporta con 118,9 millones de dólares, y registra un aumento del 37,5%, valores nominales, en relación al año anterior. Su gasto promedio diario individual es de 184,7 dólares.

Los turistas que vienen por motivo vacaciones fue de 37.464 personas, disminuyendo en un 41,0% en relación al año 2009, representando el 23,9% del total de llegadas de este mercado. El ingreso de divisas por este motivo es de 37,9 millones de dólares, variando negativamente en 38,2% respecto al año 2009.

Aquellos turistas que visitan a familiares o amigos en nuestro país, correspondieron al 18,7% del total de llegadas de residentes en Estados Unidos, con más de 29 mil personas, lo que representa una disminución respecto del año anterior del 17,9%, y un aporte de divisas de 25,8 millones de dólares.

#### Gráfico 77

Motivación principal del viaje de los turistas residentes en EEUU  
Distribución porcentual año 2010



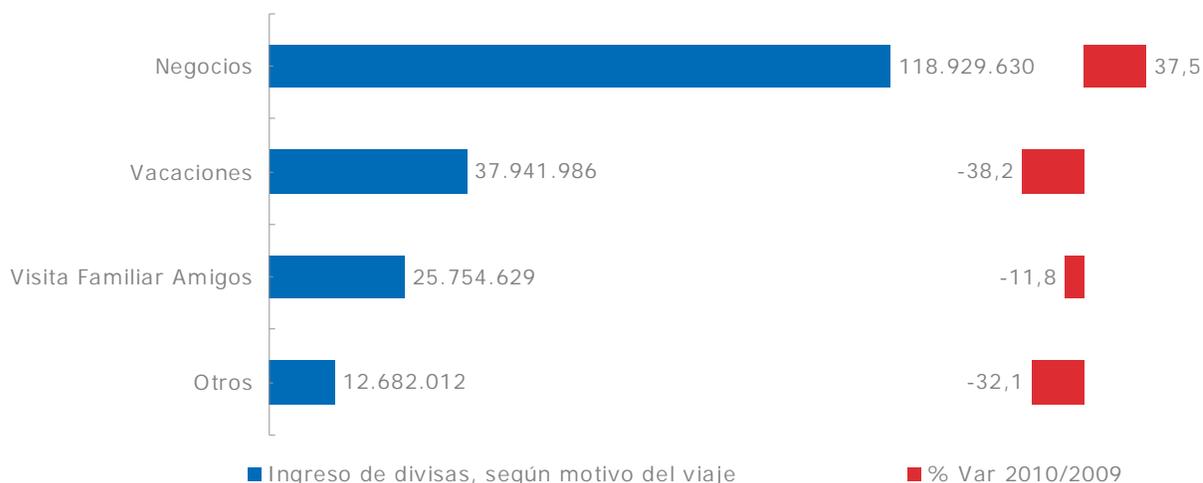
**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.

"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

Del grupo de turistas que visita Chile por motivos vacaciones /ocio, un 80,3% vienen atraídos por los atractivos naturales y paisajes de nuestro país, mientras que el 45,0% lo hace por los atractivos culturales y un 43,0% por conocer Chile por primera vez.

### Gráfico 78

Distribución del ingreso de divisas de turistas residentes en EEUU según motivo del viaje  
Distribución porcentual año 2010



**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.  
"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

### Gráfico 79

Razones del viaje de los turistas residentes en Estados Unidos que viajan por ocio-vacaciones  
Distribución porcentual año 2010



#### 5.5.4 Uso de internet

Un 34,0% de los turistas con residencia en Estados Unidos hicieron uso de internet como medio para informarse de Chile. Un 54,9% dice haber estado anteriormente y un 27,4% recurrieron a recomendaciones de familiares y/o amigos.

### Gráfico 80

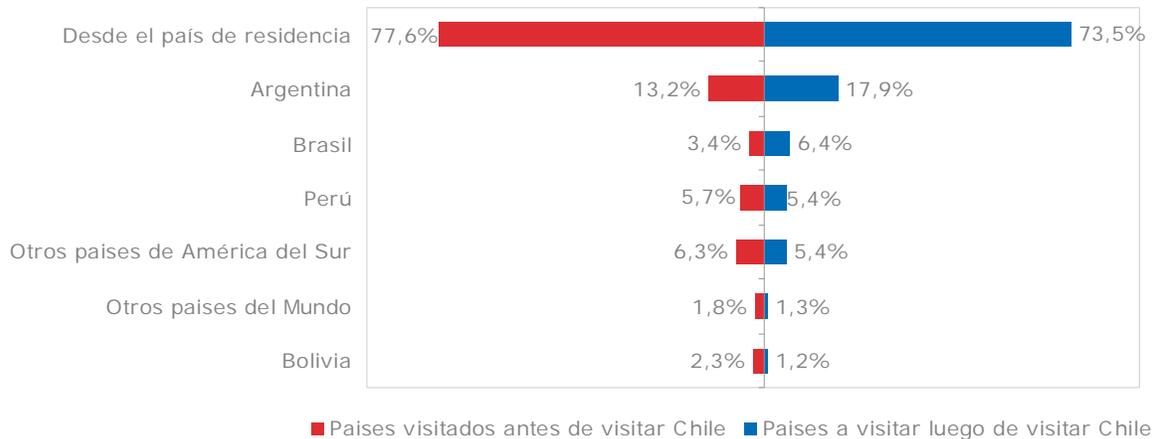
Medios para informarse respecto a Chile por parte de los turistas residentes en Estados Unidos  
Distribución porcentual año 2010



Chile es elegido como destino turístico exclusivo por un 77,6% del total de turistas del mercado estadounidense, esto es 121 mil turistas vienen directamente desde EEUU sin visitar otro país antes de llegar a Chile. La segunda mayoría, un 13,2%, visita Argentina antes de su estancia en nuestro país y un 17,9% lo hace luego de visitar Chile.

### Gráfico 81

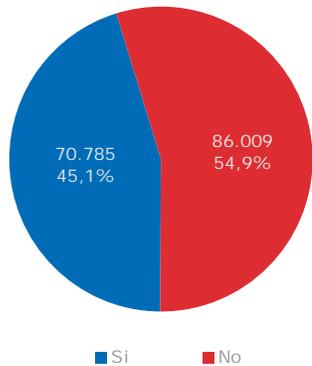
Distribución porcentual de países visitados antes y después del viaje a Chile por los turistas residentes en Estados Unidos  
Distribución porcentual año 2010



A su vez, del total de turistas residentes en Estados Unidos, un 45,1% visita Chile por primera vez y del 54,9% restante, que sí lo han visitado, un 44,0% lo ha hecho en más de tres oportunidades.

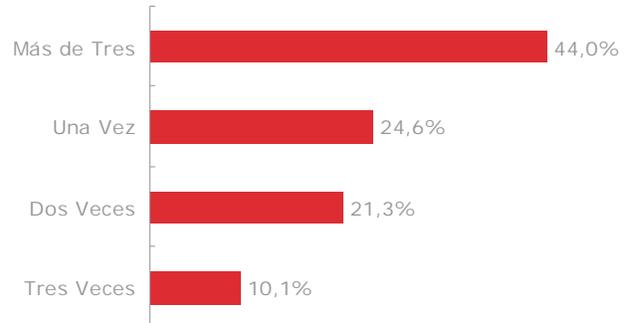
**Gráfico 82**

Turistas residentes en EEUU que visitan Chile por primera vez  
Distribución porcentual año 2010



**Gráfico 83**

Cantidad de veces que turistas residentes en EEUU han venido a Chile  
Distribución porcentual año 2010



### 5.5.5 Uso de servicios turísticos de alojamiento y alimentación

Por conceptos de alojamiento y alimentación, el hotel y el restaurante son los servicios turísticos mayoritariamente utilizados por los turistas de este mercado. Sin embargo, cabe destacar que directamente relacionado con el principal motivo de visita (negocios), los hoteles ocupan un 40,6% sobre el total del sistema de alimentación.

**Gráfico 84**

Servicios de alojamiento utilizados por turistas residentes en Estados Unidos  
Distribución porcentual año 2010



**Gráfico 85**

Sistema de alimentación utilizado por turistas residentes en Estados Unidos  
Distribución porcentual año 2010



### 5.5.6 Otras características

Un 72,6% de los turistas residentes en Estados Unidos visita la ciudad de Santiago. Un porcentaje del 19,6% visita la región costera de Valparaíso y Viña del Mar. Puerto Montt y Puerto Varas son el principal centro receptor de la zona sur del país con 9,3% del total de turistas de este mercado. Destinos como el Valle de la Luna, San Pedro de Atacama y los Geyser del Tatio alcanzaron el 8,0% de las preferencias, ascendiendo un puesto en el ranking de los lugares visitados respecto del año 2009.

**Gráfico 86**

**Destinos más frecuentes de los turistas residentes en Estados Unidos**

Distribución porcentual año 2010

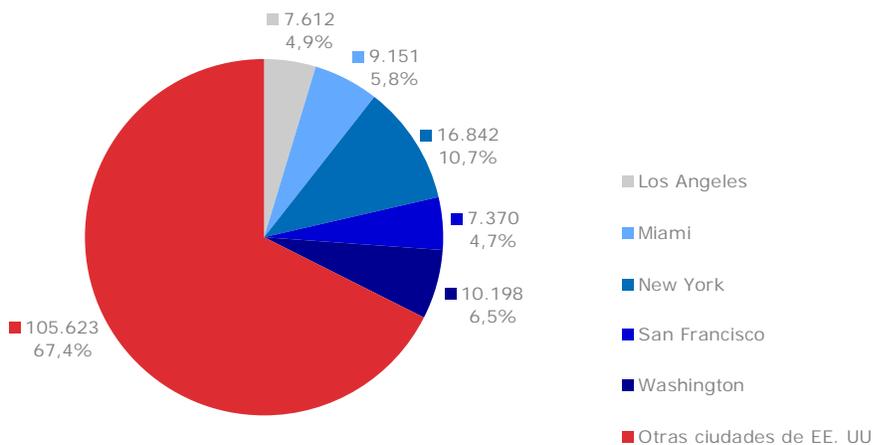


El 10,7% de los turistas residentes en Estados Unidos provienen de Nueva York, mientras que más de 10 mil turistas lo hacen desde Washington. Miami, por su parte alcanza un 5,8%, es decir más de 9 mil turistas.

**Gráfico 87**

**Ciudad de residencia de turistas procedentes de Estados Unidos**

Distribución porcentual año 2010



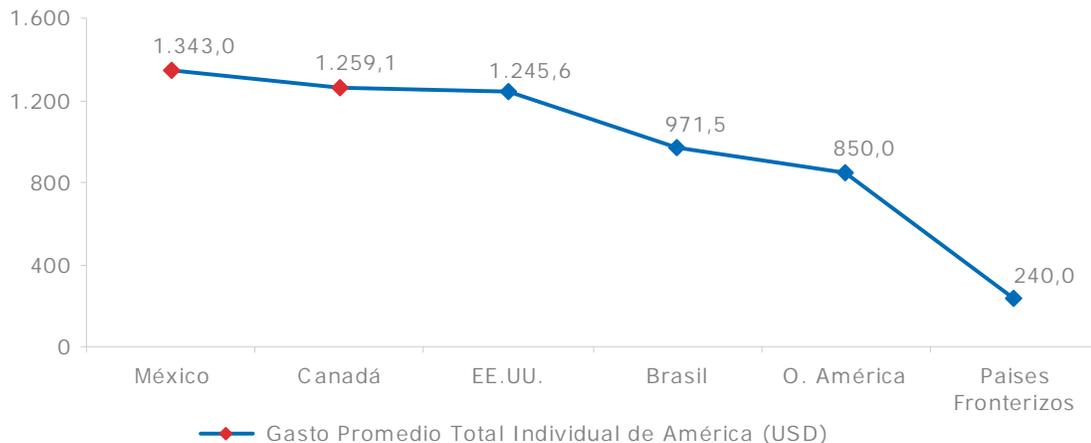
## 5.6 Canadá y México

Canadá presenta durante el año 2010 leves cifras negativas en cuanto a sus llegadas, registrando un total de 36.561 turistas, 1,3% menos que el año anterior. Aun cuando la cifra de llegadas es negativa, el ingreso de divisas de este mercado aumentó en un 15,8%. La permanencia y el gasto promedio total individual también se incrementaron respecto al 2009. Es así, como la permanencia de un turista canadiense alcanza los 16,5 días promedio, casi 3 días más que el año anterior, mientras que el gasto medio total individual aumentó en un 17,4%, llegando a 1.259,1 dólares.

Por su parte, la llegada de turistas provenientes de México ha experimentado un alza entre los años 2009-2010, registrando este último año un total de 31.988 arribos, esto es un 10,8% más que el 2009. Más notorio es el crecimiento de este mercado en cuanto al ingreso de divisas, aportando con un 2,7% sobre el total de ingresos, vale decir 43,0 millones de dólares, en valores nominales un 34,9% más que el año 2009. Las variaciones positivas se replican en la permanencia promedio con 12,4 días (variación de 19,8%), gasto promedio diario individual de 108,0 dólares (variación de 1,6%) y el gasto promedio total individual de 1.343,0 dólares (variación de 21,8%), convirtiéndose en el gasto más alto de los mercados de América. Es en este último punto donde radica la importancia de estos mercados, ambos presentan los mayores niveles de gasto medio total individual de los mercados de América.

### Gráfico 88

Gasto promedio total individual (US\$) en mercados de América



Países Fronterizos: Argentina, Bolivia y Perú.

### 5.6.1 Motivación principal del viaje

La principal razón para visitar Chile por parte de los turistas residentes en Canadá y México son los negocios, si bien los porcentajes difieren entre los mercados, Canadá con un 37,3% y México con un 66,8%, la tasa de crecimiento 2009-2010 presenta importantes incrementos en ambos mercados, un 34,4% Canadá y un 51,8% México. La permanencia promedio de los

turistas motivados por negocios es de 9,1 días para el mercado canadiense, y de 8,8 días para aquellos que residen en México.

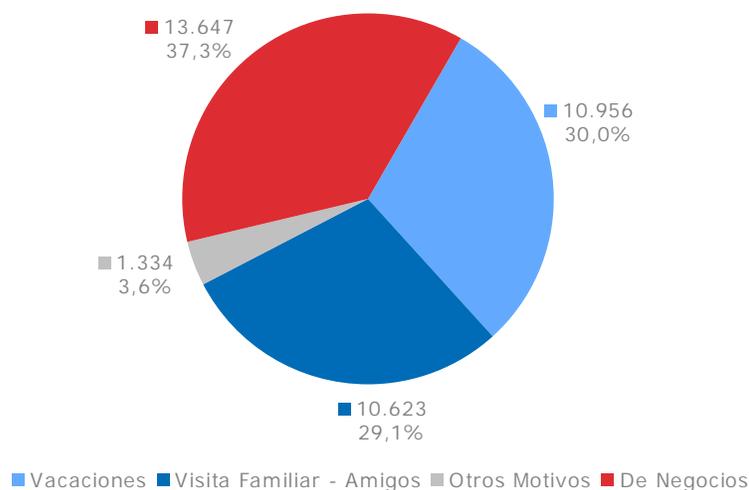
Las visitas a familiares y amigos representan el 29,1% del total de llegadas de turistas canadienses, un 41,8% más que en el año 2009, mientras que para el mercado mexicano alcanza el 15,9%, un 20,8% más que el año anterior. La permanencia promedio para este segmento alcanza los 15,3 días para México y 27,8 días para los turistas residentes en Canadá.

El motivo vacaciones durante el 2010 sufre una importante baja en ambos mercados, es así que para Canadá disminuyó en un 41,4% y en un 55,9% para México, llegando este último a representar sólo el 12,7% del total, apenas unos 4 mil turistas. Por otra parte, la permanencia promedio de estos mercados es de una semana para los provenientes de México y 13,5 días para los turistas residentes en Canadá.

### Gráfico 89

#### Motivación principal del viaje de los turistas residentes en Canadá

Distribución porcentual año 2010



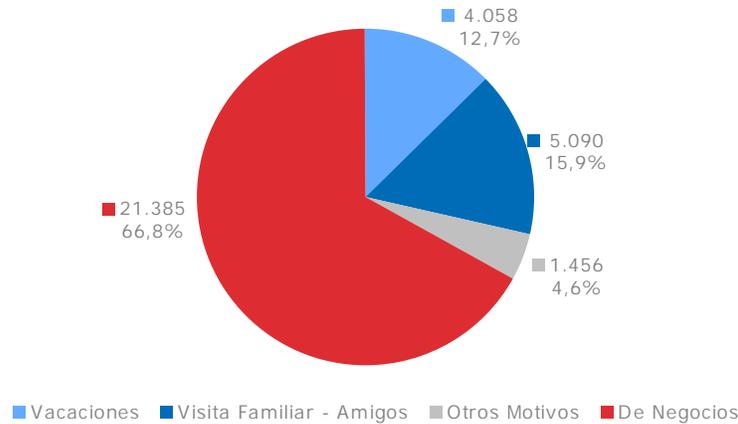
**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.

"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

En relación al ingreso de divisas, los turistas por motivos de negocios son los que realizan el mayor aporte en ambos mercados, México con un 73,2% sobre el total, es decir con unos 31 millones de dólares y Canadá con 46,9%, 21,6 millones de dólares. Lo anterior, se traduce en un gasto promedio total individual de 1.470,4 dólares por parte de los turistas residentes en México y 1.581,7 dólares para aquellos que lo hacen en Canadá.

### Gráfico 90

Motivación principal del viaje de los turistas residentes en México  
Distribución porcentual año 2010



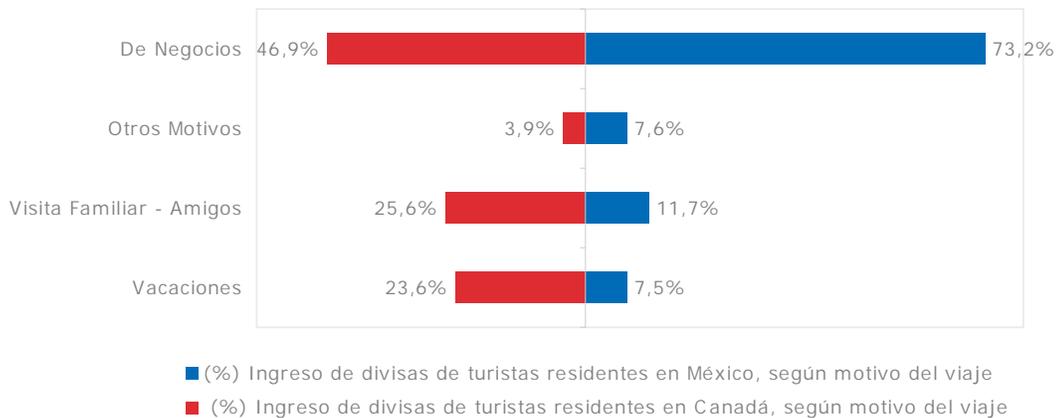
**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.  
"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

Una variación positiva presenta el ingreso de divisas por visita a familiares y amigos, aun cuando su gasto promedio diario individual es menor que en otras motivaciones, 39,9 dólares un turista residente en Canadá y 64,4 dólares para un turista mexicano. La permanencia incrementa los montos reportados por el total de la visita, alcanzando los 5 millones de dólares para el mercado mexicano y los 11,8 millones de dólares para el mercado canadiense

El aporte en el ingreso de divisas por motivo vacaciones presenta cifras negativas en comparación al año 2009. Es así que el año 2010, las divisas del mercado canadiense llegaron a 10,8 millones de dólares, 39,4% menor que el año 2009, mientras que el mercado mexicano alcanzó los 3,2 millones de dólares, cifra 5,5 millones menor, en valores nominales, que la registrada el año anterior.

### Gráfico 91

Ingreso de divisas de los turistas residentes en Canadá y México considerando el motivo del viaje  
Distribución porcentual año 2010



**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.  
"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

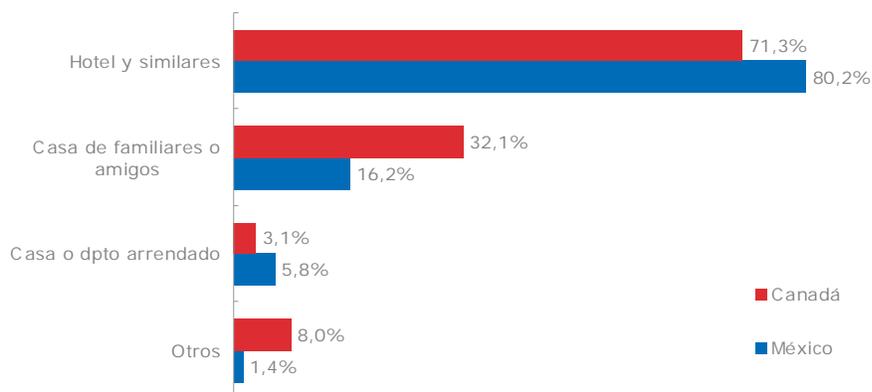


### 5.6.2 Uso de servicios turísticos de alojamiento y alimentación

Los hoteles y similares, son el principal sistema de alojamiento utilizado por los turistas de ambos mercados, 71,3% y 80,2%, Canadá y México, respectivamente. Estos porcentajes se relacionan con el perfil del turista de negocios, quienes presentaron los mayores índices de llegadas para estos mercados. Con un porcentaje menor, la casa de familiares y amigos ocupan un segundo lugar, siendo preferentemente demandado por parte de los turistas residentes en Canadá, con 32,1%.

**Gráfico 92**

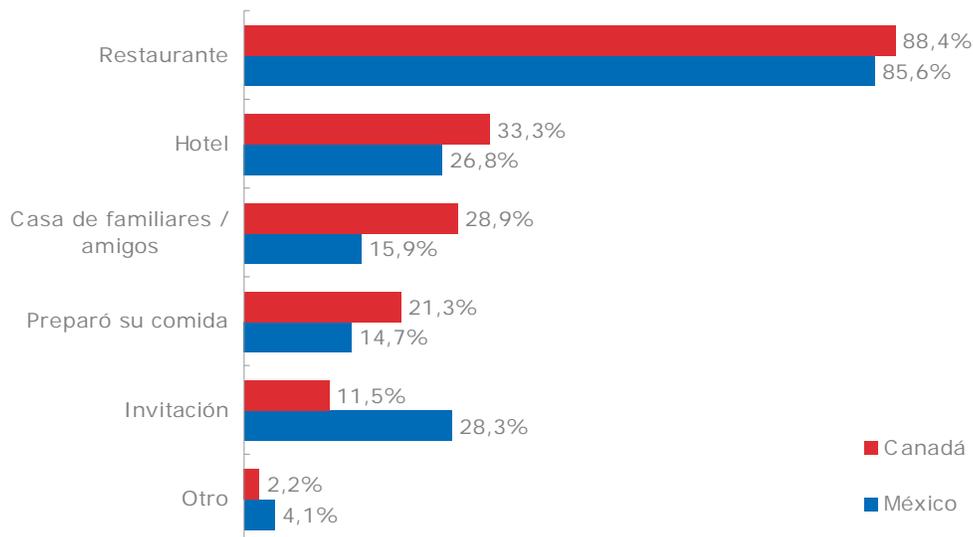
Comparación del servicio de alojamiento de los turistas residentes en México y Canadá  
Distribución porcentual año 2010



Los turistas de ambos mercados tienen una mayor preferencia por los restaurantes como principal servicio de alimentación.

**Gráfico 93**

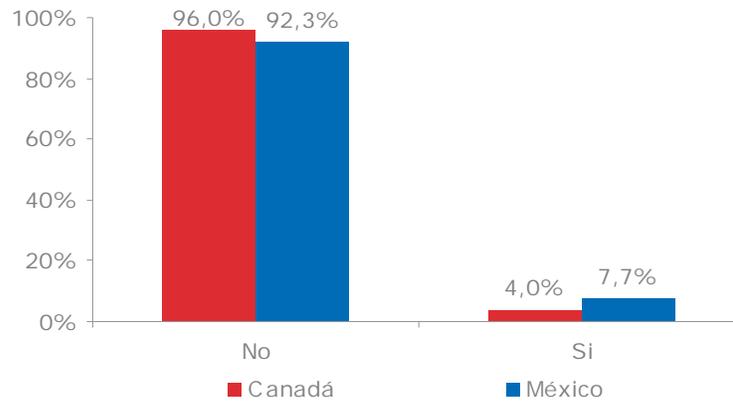
Comparación del servicio de alimentación de los turistas residentes en México y Canadá  
Distribución porcentual año 2010



Durante el año 2010 solo un 4,0% de los turistas residentes en Canadá contrataron servicios turísticos por medio de una agencia de viaje en su país, y un 7,7% de los turistas mexicanos. Estos porcentajes se pueden vincular por una parte al bajo número de turistas que nos visitaron motivados por vacaciones, y por otra parte, a que cada vez son más los turistas que prefieren organizar de manera particular sus viajes, gracias a la globalización de los medios de información.

**Gráfico 94**

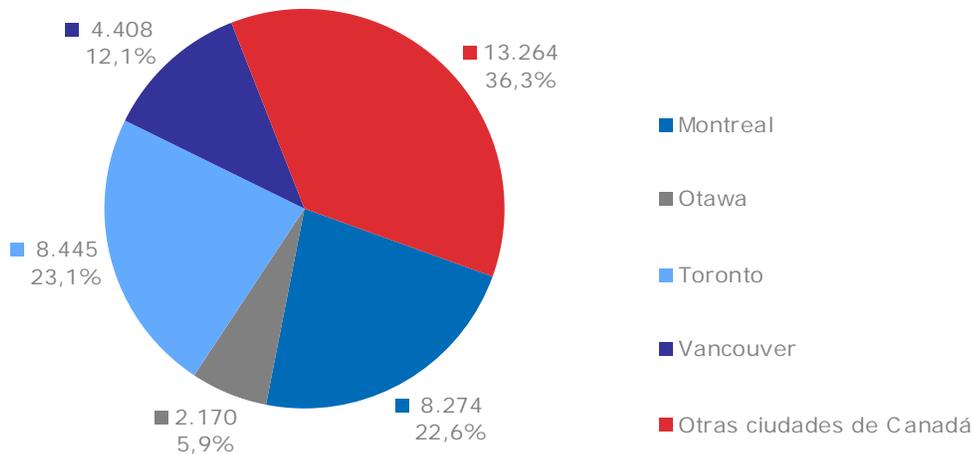
Proporción de turistas residentes en México y Canadá que compran servicios a agencias de viajes  
Distribución porcentual año 2010



Las ciudades de Toronto y Montreal son las principales emisoras de turistas residentes en Canadá, sumando el 45,7 % del total de llegadas para este mercado.

**Gráfico 95**

Ciudad de residencia de los turistas residentes en Canadá  
Distribución porcentual año 2010



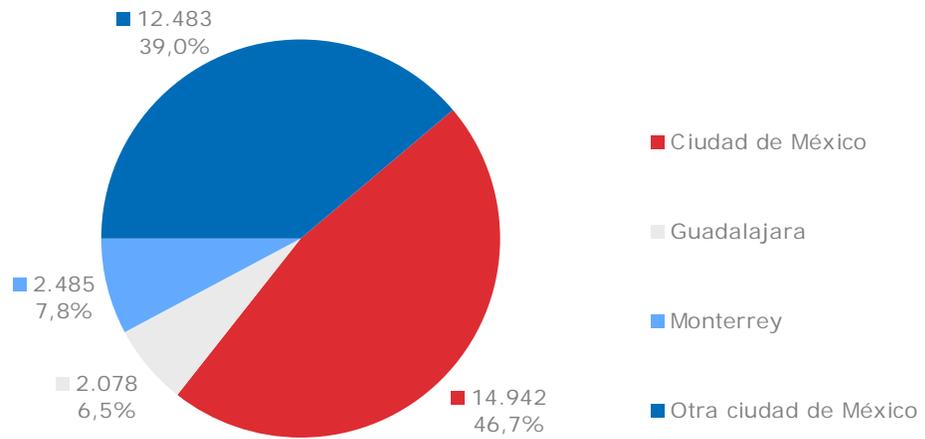
A su vez, los turistas residentes en México provienen principalmente de su capital, Ciudad de México, con más de 14 mil turistas (46,7%), seguido por Monterrey (7,8%) y Guadalajara (6,5%).



**Gráfico 96**

Ciudad de residencia de los turistas procedentes de México  
Distribución porcentual año 2010

---



## 5.7 España

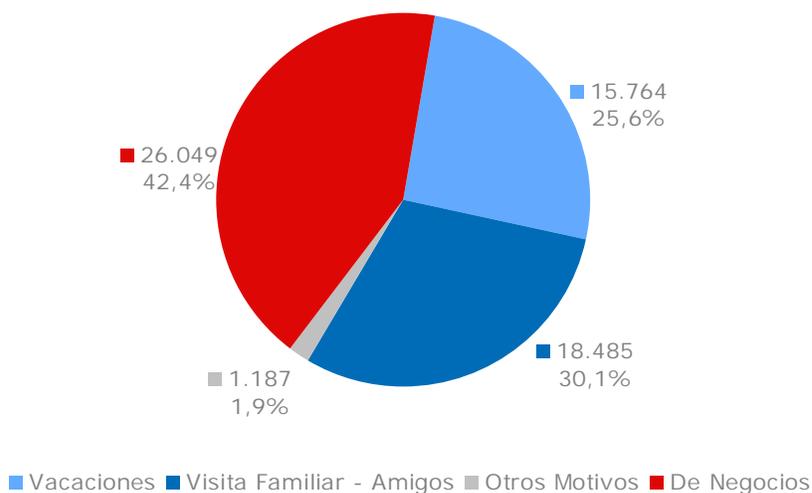
El mercado español con un total de 61.485 llegadas, presenta una declinación con respecto al año anterior del 3,0%. El aporte de 85,2 millones de dólares durante el 2010 tiene una leve variación positiva del 0,7%, en valores nominales referente al 2009. Con estas cifras, el mercado español representa el mercado europeo más importante para Chile, en términos de volumen de llegadas e ingreso de divisas. Es así, que el gasto promedio total individual de un turista residente en España es de 1.385,9 dólares, el más alto de los mercados aquí presentados, superior en un 3,8% al del año anterior.

Al igual que mercados con alto gasto promedio total individual, como México y Canadá, los turistas españoles, durante el año 2010, manifiestan como principal razón de visita a Chile los negocios, con un 42,4% sobre el total de llegadas, motivación que crece un 27,5% más que el año 2009 y el aporte de divisas alcanza los 44,3 millones de dólares, esto es el 52,0% del total de divisas de este mercado y un crecimiento del 52,0% a lo aportado por este segmento el 2009. Luego, en términos de llegadas, le siguen las visitas a familiares y amigos con un 30,1%, con un aporte de 23,0 millones de dólares. El gran número de llegadas por esta motivación puede estar ligado a que ese país tiene una importante cantidad de chilenos residentes en su territorio. Por su parte, las vacaciones representan un 25,6% sobre el total, esto es un 22,6% menor al movimiento del año 2009, y el aporte en las divisas presenta un fuerte deterioro (-41,9%) llegando a los 15,9 millones de dólares.

### Gráfico 97

Motivación principal del viaje de los turistas residentes en España

Distribución porcentual año 2010

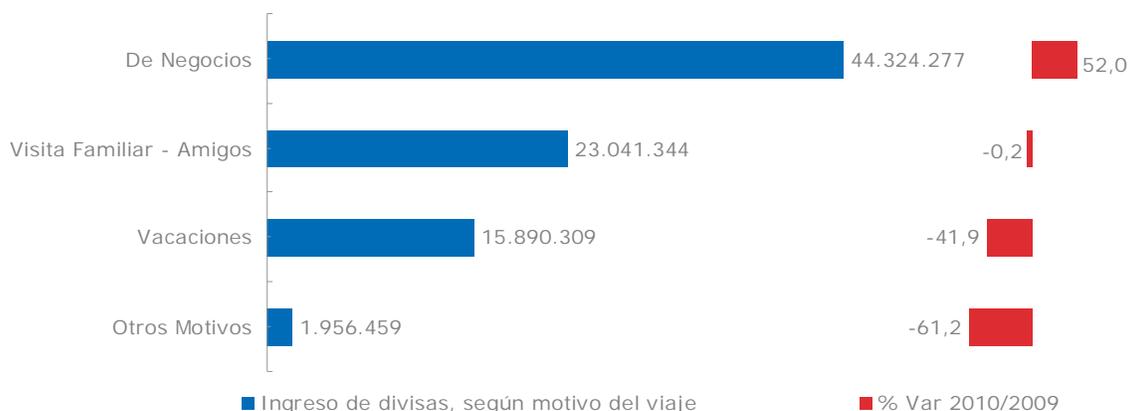


**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.

"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

### Gráfico 98

Distribución del ingreso de divisas de turistas residentes en España según motivo del viaje  
Distribución porcentual año 2010



**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.  
"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

En cuanto a los servicios de alojamiento, durante el año 2010 el principal tipo de alojamiento utilizado por los residentes en España es el hotel, llegando al 69,7% del total, luego viene la casa de familiares con un 31,2%. A su vez, solo el 5,0% de los turistas utilizan casas o departamentos arrendados. El restaurante es el principal servicio de alimentación, con un 87,5% de las preferencias.

### Gráfico 99

Servicios de alojamiento utilizados por los turistas residentes en España  
Distribución porcentual año 2010



### Gráfico 100

Servicios de alimentación utilizados por los turistas residentes en España  
Distribución porcentual año 2010

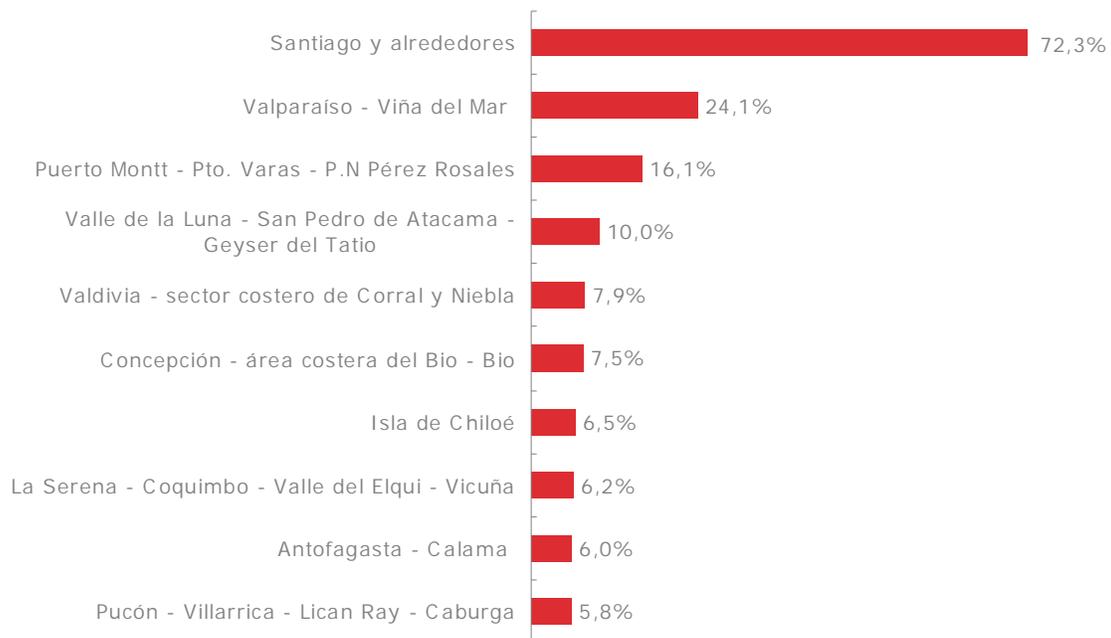


El turista residente en España se caracteriza por concentrar su viaje tanto en Santiago, 72,3%, como en la zona de Valparaíso – Viña del Mar, 24,1%. Un tercer destino visitado se ubica en la zona sur, en el sector de Puerto Montt y Puerto Varas, con un 16,1%. Otros destinos internacionales típicos de Chile, como Valle de Luna, San Pedro de Atacama y los Geysers del Tatio fueron visitados por el 10,0% de los turistas españoles.

### Gráfico 101

Principales destinos visitados por los turistas residentes en España durante la estadía en Chile  
Distribución porcentual año 2010

---



## 5.8 Alemania

Durante el año 2010 el mercado turístico alemán experimentó una baja del 7,2% respecto del 2009, alcanzando las 58.369 llegadas, con una clara tendencia estacional, es así que el primer y último trimestre del año concentran el 73,7% del total de las llegadas. Su nivel de gasto medio disminuyó en un 4,8% llegando a los 1.132,2 dólares, generando un ingreso de divisas de 66,1 millones de dólares, cifra menor en un 11,6% al año anterior, en valores nominales.

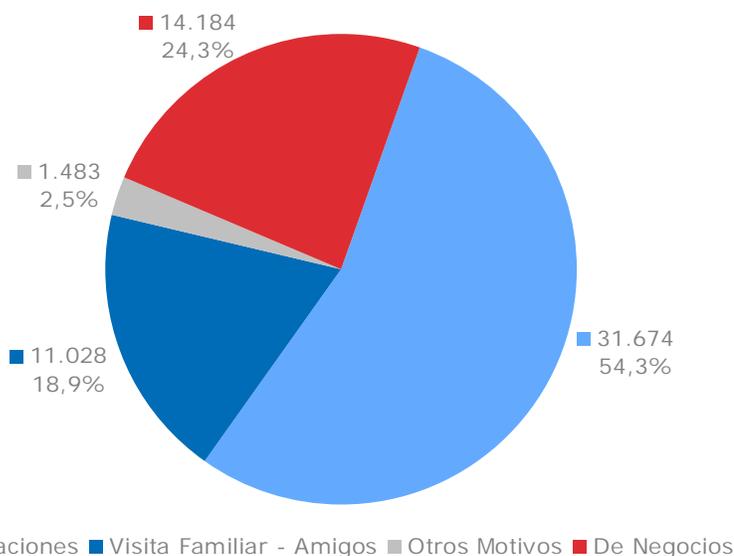
La permanencia de los turistas de este mercado también presenta cifras negativas, alcanzando los 16,8 días, casi tres días menos a la presentada durante el año 2009.

El ocio y las vacaciones, aun cuando presentan una disminución (-13,9%) en comparación al año 2009, se mantienen como el principal motivo de las visitas a Chile, representando un 54,3% sobre el total. Las divisas generadas por este motivo son de 30,8 millones de dólares, con un porcentaje de variación en valores nominales frente al 2009 de un -27,4%. El gasto promedio diario individual de este turista es de 72,5 dólares y su permanencia alcanza los 13,4 días promedio. En orden descendente, los negocios son el segundo motivo de visita para los turistas alemanes, un 24,1% mayor al 2009. El turista de este segmento presenta un gasto promedio total individual de 1.425,4 dólares, generando el 30,6% del total de divisas de este mercado, esto es 20,2 millones de dólares.

Las visitas a familiares y amigos, movilizan a un poco más de 11 mil turistas (8,1% menos que el año 2009) con un gasto promedio diario individual de 42,6 dólares y una permanencia media de 24,8 días.

### Gráfico 102

Motivación principal del viaje de los turistas residentes en Alemania  
Distribución porcentual año 2010

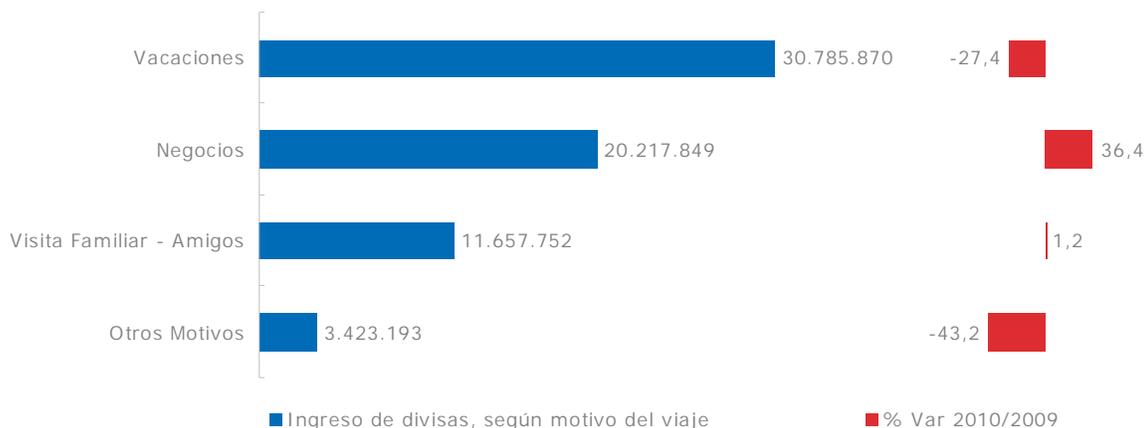


**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.

"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

**Gráfico 103**

Distribución del ingreso de divisas de turistas residentes en Alemania según motivo del viaje  
Distribución porcentual año 2010



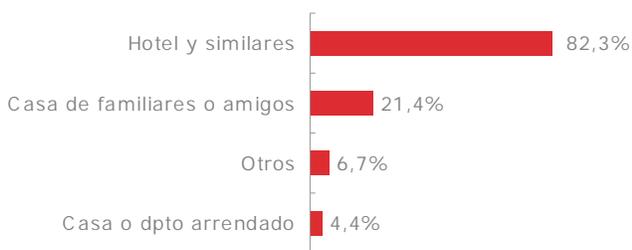
**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.  
"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

Entre los servicios de alojamiento, el hotel presenta la mayor proporción sobre el total, esto es un 82,3%, mientras la casa de familiares y amigos representa el 21,4%.

El restaurante es el principal medio de alimentación utilizado por los turistas alemanes, con el 85,2%, los servicios de alimentación del hotel alcanza un 37,7% y un 26,2% prepara su propia comida.

**Gráfico 104**

Servicios de alojamiento utilizados por los turistas residentes en Alemania  
Distribución porcentual año 2010



**Gráfico 105**

Servicios de alimentación utilizados por los turistas residentes en Alemania  
Distribución porcentual año 2010

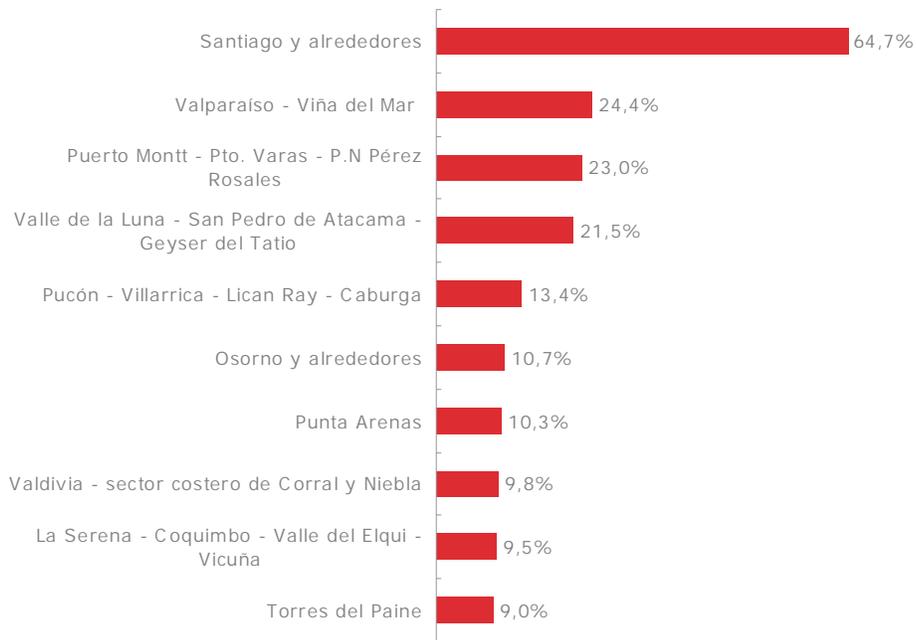


La zona central es la más visitada, Santiago presenta un 64,7% de las visitas y Valparaíso – Viña del Mar alcanzan un 24,4%. La zona sur de Puerto Montt y Puerto Varas desciende de un 32,5% el año 2009 a un 23,0% en el 2010, ubicándose como el tercer destino con mayor número de visitas. Se destaca el alto número de visitas al Valle de la Luna - San Pedro de Atacama con un 21,5%.



**Gráfico 106**

Principales destinos visitados por los turistas residentes en Alemania durante la estadía en Chile  
Distribución porcentual año 2010



## 5.9 Francia

Durante el año 2010 la llegada de turistas residentes en Francia disminuyó en un 5,8% comparado con el año 2009. Este resultado es consecuencia de un primer trimestre que desciende en un 20,7% frente a igual periodo 2009, pero a medida que avanza el año presenta signos de crecimiento, alcanzando en el cuarto trimestre un alza de 9,0%. Sin embargo esta alza no ayudó a cambiar la caída del 5,8% anual.

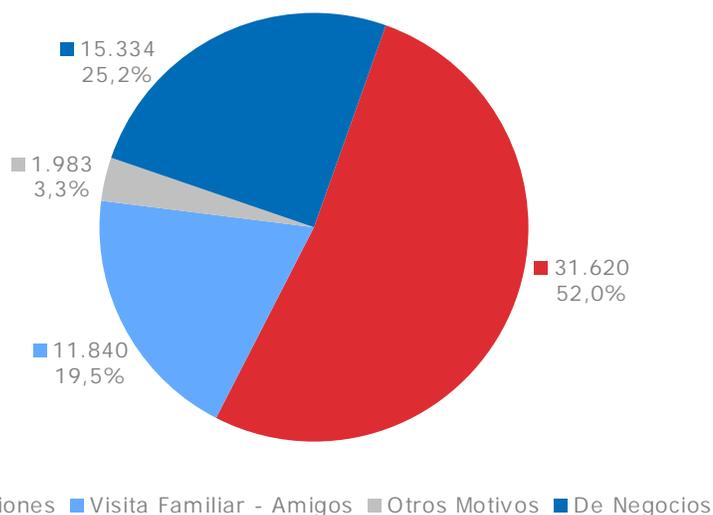
El ingreso de divisas de este mercado es de 70,2 millones de dólares (variación negativa de 8,0% versus 2009, en valores nominales), posicionándose como el segundo mercado europeo más importante para Chile en términos de ingreso de divisas. Un turista residente en Francia tiene un gasto promedio total a lo largo de su visita (18,5 días promedio) de 1.155,6 dólares.

Un 52,0% de dichos turistas visita Chile motivado por el ocio y las vacaciones, generando por este motivo un total de 34,4 millones de dólares, 25,3% menor que el 2009, en términos nominales. Los negocios representan el 25,2% de las llegadas y generan 20,3 millones de dólares, aumentando en un 58,0% en referencia al 2009, en términos nominales. Es así que el gasto promedio total individual de un turista de negocios es de 1.321,5 dólares.

Las visitas a familiares y amigos generaron un ingreso de 11,7 millones de dólares por parte de los 11,8 mil llegadas.

### Gráfico 107

Motivación principal del viaje de los turistas residentes en Francia  
Distribución porcentual año 2010

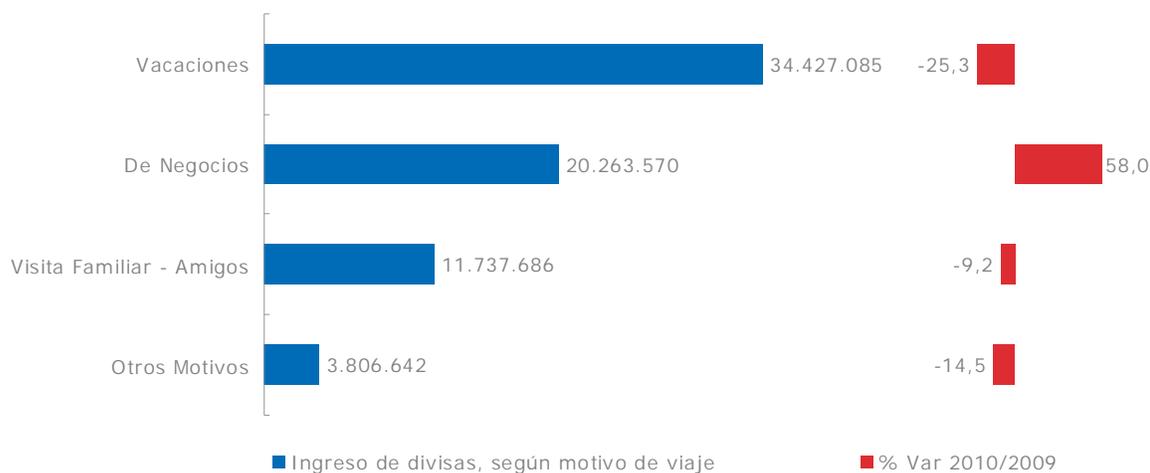


**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.

"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios

### Gráfico 108

Distribución del ingreso de divisas de turistas residentes en Francia según motivo del viaje  
Distribución porcentual año 2010



**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.

"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios

El hotel es el principal sistema de alojamiento para este mercado con el 78,3% del total, la casa de familiares y amigos están en un segundo orden con el 23,7%. Mientras que en los servicios de alimentación el restaurante alcanza el 88,4% sobre el total, el hotel le sigue con 38,0%, preparar su propia comida es la opción de un 20,6% de los turistas con residencia en Francia.

### Gráfico 109

Servicios de alojamiento utilizados por los turistas residentes en Francia

Distribución porcentual año 2010



### Gráfico 110

Servicios de alimentación utilizados por los turistas residentes en Francia

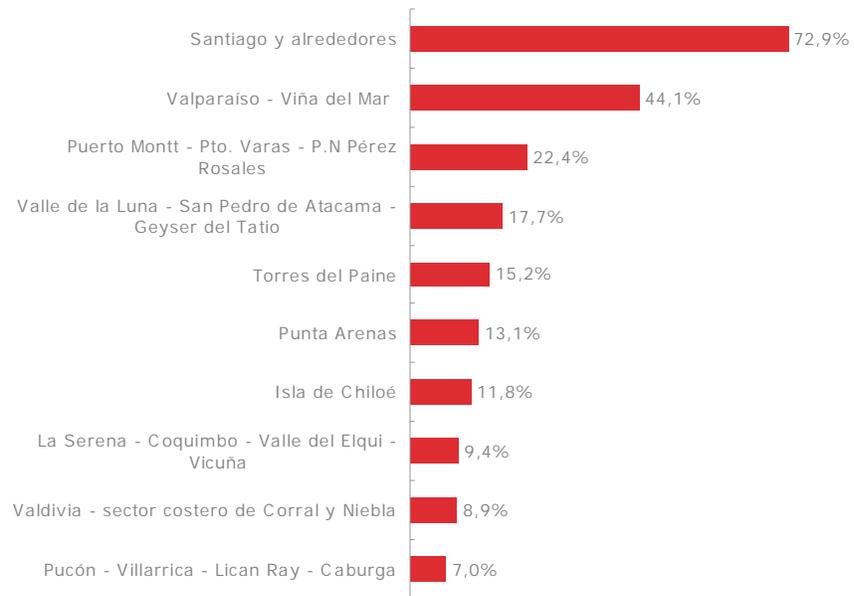
Distribución porcentual año 2010



En un comportamiento similar con el mercado alemán, Santiago y sus alrededores recibe un 72,9% de las visitas y Valparaíso – Viña del Mar un 44,1% de ellas. Mientras que importantes destinos como San Pedro de Atacama y Torres del Paine se encuentran entre los 5 principales destinos para este mercado. La zona extrema sur del país Punta Arenas alcanza un 13,1%.

### Gráfico 111

Principales destinos visitados por los turistas residentes en Francia durante la estadía en Chile  
Distribución porcentual año 2010



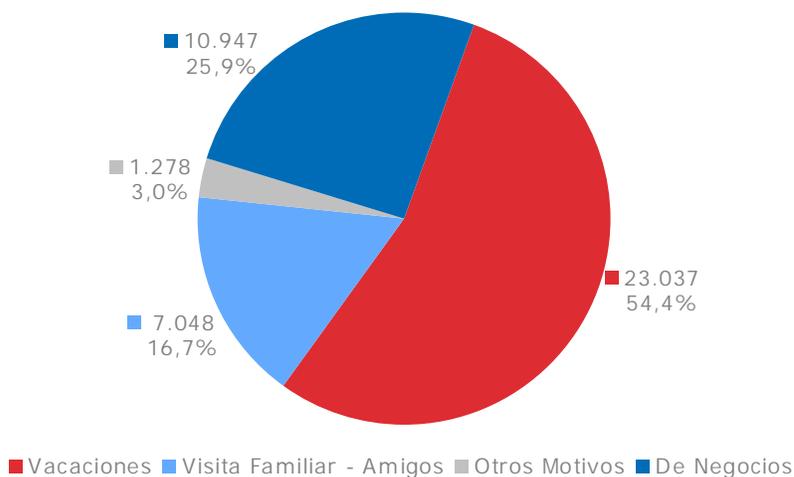
## 5.10 Inglaterra

Con un total de 42.310 llegadas, el mercado inglés experimentó una baja del 11,8% respecto al año anterior. Sin embargo, su ingreso de divisas presentó un leve aumento de un 2,1%, en términos nominales, esto es 47,6 millones de dólares. El gasto promedio diario individual es de 84,9 dólares, el más alto entre los mercados europeos aquí presentados, y la permanencia es de 13,3 días promedio.

Las vacaciones son el principal motivo de las visitas alcanzando el año 2010 un 54,4% de las llegadas, pero presenta una baja del 28,1% en relación al año anterior, con un ingreso de divisas del orden de los 19,4 millones de dólares. En segundo lugar se encuentra el motivo de negocios, con un incremento del 29,7% sobre el total de llegadas. Los turistas de este segmento tienen un gasto promedio total de 1.753,6 dólares, generando un total de 19,2 millones de dólares, lo que representa un 40,4% del total de divisas de este mercado. Por último, se encuentran las visitas a familiares y amigos, con un alza del 22,8% sobre igual segmento del año 2009, y generan un ingreso de divisas de 8,4 millones de dólares. Los turistas residentes en Inglaterra que visitan nuestro país por esta razón alcanzan una permanencia de 25,5 días promedio con un gasto diario de 46,8 dólares.

### Gráfico 112

Motivación principal del viaje de los turistas residentes en Inglaterra  
Distribución porcentual año 2010

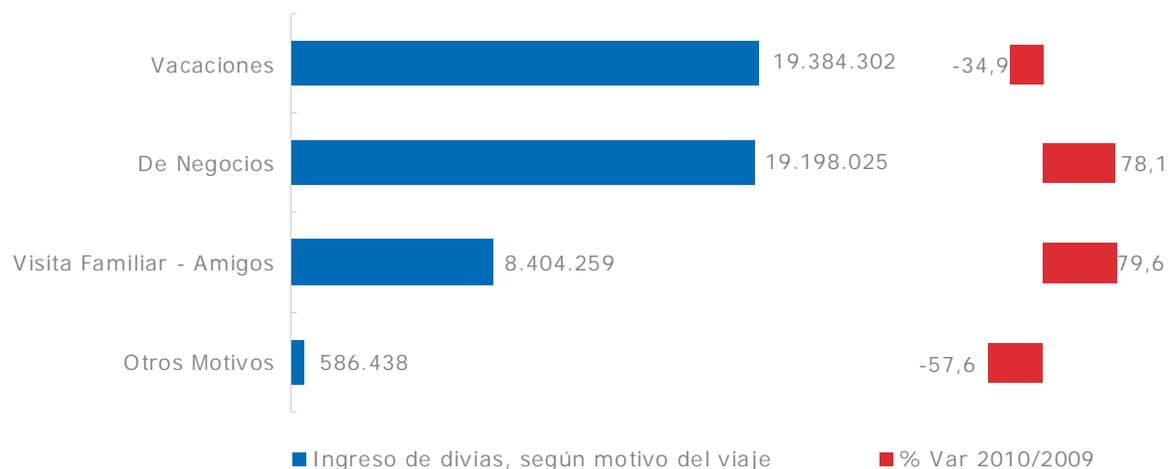


**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.

"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios

### Gráfico 113

Distribución del ingreso de divisas turistas residentes en Inglaterra según el motivo del viaje  
Distribución porcentual año 2010

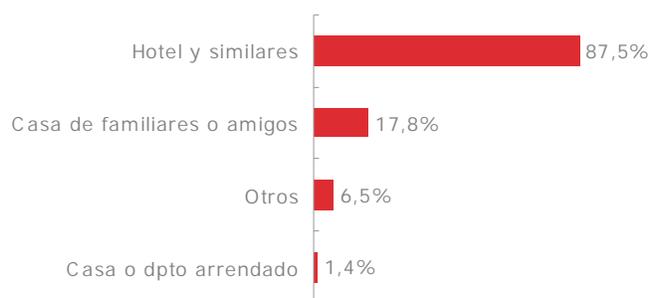


**Nota:** "Otros Motivos" incluye salud, estudios y otros motivos.  
"De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

Siguiendo la tendencia de los países de larga distancia en cuanto a los servicios de alojamiento, el hotel es el más utilizado por este mercado con un 87,5% del total, y la casa de familiares y amigos es una alternativa para el 17,8% de ellos. Entre los servicios de alimentación, los restaurantes son utilizados por un 88,1%, seguido por un 41,3% que prefiere los servicios de alimentación del hotel en donde pernoctan.

### Gráfico 114

Servicios de alojamiento utilizados por los turistas residentes en Inglaterra  
Distribución porcentual año 2010



### Gráfico 115

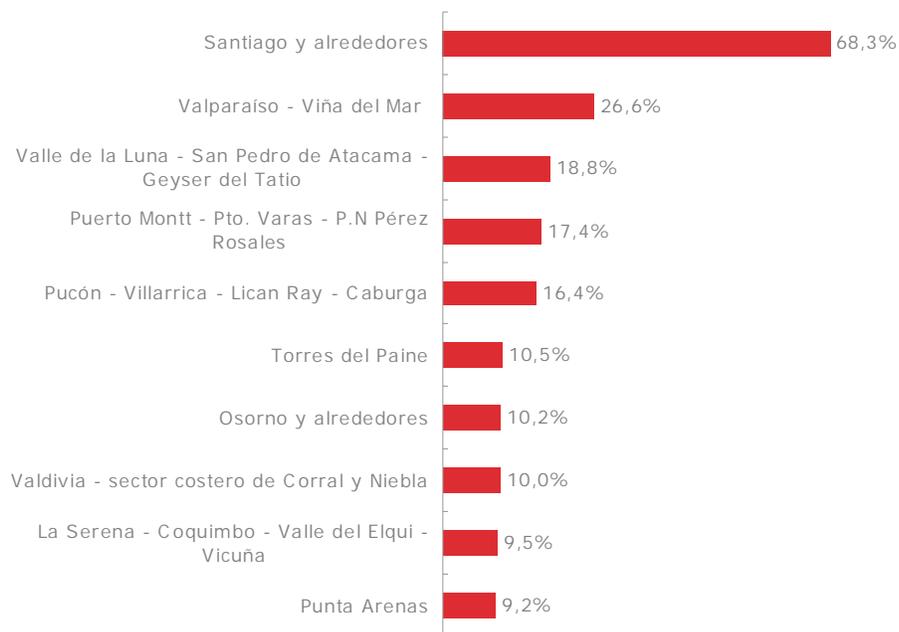
Servicios de alimentación utilizados por los turistas residentes en Inglaterra  
Distribución porcentual año 2010



Los turistas de este mercado tienden a visitar principalmente la zona central del país, tanto Santiago y sus alrededores (68,3%) como la zona de Valparaíso - Viña del Mar (26,6%). Tal como se ha observado en los mercados europeos, destinos como Valle de la Luna, San Pedro de Atacama, Torres del Paine alcanzan cifras sobre el 10,0%.

**Gráfico 116**

Principales destinos visitados por los turistas residentes en Inglaterra durante la estadía en Chile  
Distribución porcentual año 2010



## ANEXOS<sup>8</sup>

**Cuadro N° 1 Llegada de visitantes, permanencia promedio, gasto promedio diario individual, gasto promedio total e ingreso de divisas, según país de residencia. Anual y trimestral.**

PAÍS DE RESIDENCIA	AÑO 2010				
	N° DE LLEGADAS DE VISITANTES	PERMANENCIA PROMEDIO ( NOCHES )	GASTO PROMEDIO DIARIO INDIVIDUAL (US\$)	GASTO TOTAL INDIVIDUAL (US\$)	INGRESO DE DIVISAS (US\$)
AMÉRICA	2.319.643	6,9	66,5	459,5	1.065.990.604
ARGENTINA	1.084.214	6,2	46,6	288,8	313.167.685
BOLIVIA	294.077	4,6	19,8	90,8	26.700.640
PERU	306.053	3,6	58,5	210,2	64.320.397
BRASIL	238.925	7,5	129,9	971,5	232.126.346
EE.UU.	156.794	12,5	99,9	1.245,6	195.308.256
MEXICO	31.988	12,4	108,0	1.343,0	42.959.795
CANADA	36.561	16,5	76,5	1.259,1	46.033.121
O. AMERICA	171.030	12,5	68,2	850,0	145.374.364
EUROPA	359.231	16,8	70,8	1.188,6	426.982.419
ALEMANIA	58.369	16,8	67,5	1.132,2	66.084.665
ESPAÑA	61.485	17,2	80,8	1.385,9	85.212.390
FRANCIA	60.777	18,5	62,4	1.155,6	70.234.983
INGLATERRA	42.310	13,3	84,9	1.124,4	47.573.024
O. EUROPA	136.291	16,9	68,4	1.158,4	157.877.358
ASIA	28.407	14,8	90,8	1.348,2	38.297.209
O. MUNDO	63.773	11,2	68,6	766,1	48.856.345
TOTAL TURISTAS	2.771.053	8,4	68,1	570,2	1.580.126.577
Excursionistas	783.639		35,3		27.657.327
Visitantes	3.554.692		60,9		1.607.783.905
Transporte Internacional					432.003.085
<b>TOTAL</b>					<b>2.039.786.989</b>

<sup>8</sup>En los cuadros siguientes la suma de los componentes puede no coincidir con el total por redondeo de cifras propios de la expansión de los resultados.

Continúa cuadro

PRIMER TRIMESTRE						SEGUNDO TRIMESTRE					
PAÍS DE RESIDENCIA	Nº DE LLEGADAS DE VISITANTES	PERMANENCIA PROMEDIO ( NOCHES )	GASTO PROMEDIO DIARIO INDIVIDUAL (US\$)	GASTO TOTAL INDIVIDUAL (US\$)	INGRESO DE DIVISAS (US\$)	PAÍS DE RESIDENCIA	Nº DE LLEGADAS DE VISITANTES	PERMANENCIA PROMEDIO ( NOCHES )	GASTO PROMEDIO DIARIO INDIVIDUAL (US\$)	GASTO TOTAL INDIVIDUAL (US\$)	INGRESO DE DIVISAS (US\$)
AMÉRICA	746.664	8,4	50,2	419,6	313.316.860	AMÉRICA	421.988	5,7	76,4	434,6	183.414.083
ARGENTINA	422.673	8,2	36,0	294,5	124.465.910	ARGENTINA	174.571	4,9	58,7	290,0	50.632.475
BOLIVIA	80.118	5,1	24,6	126,4	10.127.912	BOLIVIA	66.242	3,8	15,7	60,5	4.008.017
PERU	77.515	3,7	50,9	189,8	14.714.684	PERU	71.070	3,0	59,4	176,0	12.508.608
BRASIL	56.355	9,5	88,1	838,6	47.260.449	BRASIL	33.467	6,3	158,8	1.001,7	33.523.203
EE.UU.	48.029	12,6	94,8	1.193,9	57.342.848	EE.UU.	31.194	12,3	106,1	1.309,7	40.854.351
MEXICO	6.909	11,7	106,9	1.250,6	8.641.006	MEXICO	6.058	9,8	143,6	1.404,9	8.510.830
CANADA	13.734	18,9	69,8	1.318,7	18.111.857	CANADA	5.701	16,9	77,5	1.311,3	7.475.891
O. AMERICA	41.331	14,5	54,4	790,0	32.652.193	O. AMERICA	33.685	9,5	80,9	768,9	25.900.707
EUROPA	121.883	18,0	60,9	1.097,9	133.811.881	EUROPA	53.545	17,1	71,6	1.226,3	65.662.815
ALEMANIA	22.017	17,8	59,1	1.053,5	23.196.273	ALEMANIA	7.313	18,1	64,1	1.158,9	8.474.740
ESPAÑA	16.345	19,6	69,4	1.357,8	22.193.286	ESPAÑA	10.863	19,7	76,3	1.503,9	16.336.589
FRANCIA	19.595	17,4	66,1	1.149,6	22.525.348	FRANCIA	9.015	13,1	81,6	1.070,4	9.649.800
INGLATERRA	14.283	13,0	75,7	986,5	14.089.762	INGLATERRA	7.854	13,1	84,1	1.105,3	8.681.133
O. EUROPA	49.643	19,3	54,1	1.043,6	51.807.212	O. EUROPA	18.501	18,9	64,4	1.217,3	22.520.553
ASIA	8.801	12,2	94,8	1.153,7	10.153.854	ASIA	5.841	23,8	65,0	1.547,3	9.038.652
O. MUNDO	22.291	17,8	53,0	945,4	21.073.905	O. MUNDO	10.921	8,5	111,7	949,4	10.368.988
TOTAL TURISTAS	899.640	9,9	53,5	531,7	478.356.500	TOTAL TURISTAS	492.296	7,2	75,7	545,4	268.484.539
Excursionistas	250.446		56,2		14.070.717	Excursionistas	165.545		22,3		3.695.064
Visitantes	1.150.086		54,1		492.427.217	Visitantes	657.841		62,2		272.179.603
Transporte Internacional					127.655.108	Transporte Internacional					70.546.568
<b>TOTAL</b>					<b>620.082.325</b>	<b>TOTAL</b>					<b>342.726.171</b>

Continua cuadro

TERCER TRIMESTRE						CUARTO TRIMESTRE					
PAÍS DE RESIDENCIA	Nº DE LLEGADAS DE VISITANTES	PERMANENCIA PROMEDIO ( NOCHES )	GASTO PROMEDIO DIARIO INDIVIDUAL (US\$)	GASTO TOTAL INDIVIDUAL (US\$)	INGRESO DE DIVISAS ( EN US\$)	PAÍS DE RESIDENCIA	Nº DE LLEGADAS DE VISITANTES	PERMANENCIA PROMEDIO ( NOCHES )	GASTO PROMEDIO DIARIO INDIVIDUAL (US\$)	GASTO TOTAL INDIVIDUAL (US\$)	INGRESO DE DIVISAS ( EN US\$)
AMÉRICA	499.321	6,4	77,6	500,4	249.880.111	AMÉRICA	651.670	6,4	76,4	490,1	319.379.551
ARGENTINA	196.383	4,8	62,7	300,6	59.022.837	ARGENTINA	290.586	5,0	54,3	272,0	79.046.463
BOLIVIA	65.676	6,6	15,0	99,8	6.557.468	BOLIVIA	82.041	3,0	24,6	73,2	6.007.242
PERU	77.897	2,9	69,8	205,8	16.027.509	PERU	79.570	4,7	56,8	264,8	21.069.596
BRASIL	78.225	6,8	149,0	1.010,2	79.020.411	BRASIL	70.879	7,2	142,0	1.020,4	72.322.283
EE.UU.	29.641	13,2	99,8	1.313,1	38.921.083	EE.UU.	47.930	12,0	101,1	1.214,1	58.189.974
MEXICO	8.589	12,8	100,3	1.287,7	11.060.596	MEXICO	10.432	14,1	100,0	1.413,7	14.747.363
CANADA	6.560	18,1	69,5	1.257,5	8.249.167	CANADA	10.566	12,0	96,2	1.154,3	12.196.205
O. AMERICA	36.348	12,8	66,9	853,4	31.021.040	O. AMERICA	59.666	12,5	74,5	935,2	55.800.424
EUROPA	61.308	18,0	72,7	1.311,5	80.403.547	EUROPA	122.495	14,8	81,4	1.200,9	147.104.176
ALEMANIA	8.050	19,1	68,1	1.297,8	10.446.824	ALEMANIA	20.989	14,4	79,5	1.141,9	23.966.828
ESPAÑA	12.883	17,1	83,6	1.427,8	18.394.957	ESPAÑA	21.394	14,0	94,2	1.322,2	28.287.558
FRANCIA	11.690	24,0	58,4	1.401,9	16.388.070	FRANCIA	20.477	18,8	56,3	1.058,4	21.671.766
INGLATERRA	8.100	16,9	78,7	1.328,5	10.760.259	INGLATERRA	12.073	11,2	104,3	1.163,1	14.041.870
O. EUROPA	20.586	15,3	77,6	1.185,9	24.413.438	O. EUROPA	47.561	14,4	86,2	1.243,4	59.136.155
ASIA	5.896	13,0	106,0	1.381,8	8.147.382	ASIA	7.868	12,5	111,2	1.392,7	10.957.321
O. MUNDO	10.091	9,0	83,0	745,9	7.526.263	O. MUNDO	20.469	6,4	75,3	483,0	9.887.189
<b>TOTAL TURISTAS</b>	<b>576.615</b>	<b>7,8</b>	<b>77,0</b>	<b>600,0</b>	<b>345.957.303</b>	<b>TOTAL TURISTAS</b>	<b>802.501</b>	<b>7,7</b>	<b>78,4</b>	<b>607,3</b>	<b>487.328.237</b>
Excursionistas	175.612		23,7		4.163.824	Excursionistas	192.036		29,8		5.727.721
Visitantes	752.227		64,6		350.121.127	Visitantes	994.537		69,0		493.055.958
Transporte Internacional					105.434.612	Transporte Internacional					128.366.796
<b>TOTAL</b>					<b>455.555.740</b>	<b>TOTAL</b>					<b>621.422.754</b>

**Cuadro N° 2 Llegada de turistas, permanencia promedio, gasto promedio diario individual, gasto promedio total e ingreso de divisas, según principal motivo del viaje. Anual y trimestral<sup>9</sup>.**

AÑO 2010						
TRIMESTRE	MOTIVO DEL VIAJE	Nº DE LLEGADAS DE TURISTAS	PERMANENCIA PROMEDIO ( NOCHES )	GASTO PROMEDIO DIARIO INDIVIDUAL (US\$)	GASTO TOTAL INDIVIDUAL (US\$)	INGRESO DE DIVISAS (US\$)
TRIM 1	Personales	727.957	10,7	42,6	456,3	332.195.550
	Vacaciones	448.683	8,6	55,7	480,6	215.641.799
	Estudios	5.294	45,7	42,4	1.938,5	10.262.511
	Salud	5.862	4,5	39,0	175,3	1.027.635
	Visita Familiar - Amigos	232.705	14,5	28,6	416,1	96.824.273
	Otros Motivos	35.412	7,6	31,3	238,3	8.439.332
	De Negocios	171.683	6,7	127,8	851,3	146.160.949
	<b>Total</b>	<b>899.640</b>	<b>9,9</b>	<b>53,5</b>	<b>531,7</b>	<b>478.356.500</b>
TRIM 2	Personales	317.938	7,7	48,1	372,2	118.321.269
	Vacaciones	125.272	5,5	85,0	469,8	58.852.516
	Estudios	3.452	66,2	26,3	1.739,5	6.004.163
	Salud	6.601	3,5	32,1	111,3	734.759
	Visita Familiar - Amigos	155.131	8,7	33,6	292,0	45.305.112
	Otros Motivos	27.482	6,2	43,4	270,2	7.424.718
	De Negocios	174.358	6,2	138,2	861,2	150.163.270
	<b>Total</b>	<b>492.296</b>	<b>7,2</b>	<b>75,7</b>	<b>545,4</b>	<b>268.484.539</b>
TRIM 3	Personales	416.475	8,4	57,0	480,1	199.942.217
	Vacaciones	193.723	6,1	102,7	628,1	121.680.097
	Estudios	3.230	89,1	31,1	2.772,0	8.954.566
	Salud	8.239	1,9	52,6	98,4	810.518
	Visita Familiar - Amigos	186.472	10,1	33,4	336,2	62.698.730
	Otros Motivos	24.811	5,6	42,1	233,7	5.798.306
	De Negocios	160.141	6,2	147,9	911,8	146.015.086
	<b>Total</b>	<b>576.615</b>	<b>7,8</b>	<b>77,0</b>	<b>600,0</b>	<b>345.957.303</b>
TRIM 4	Personales	549.745	8,1	52,1	422,6	232.327.833
	Vacaciones	285.384	6,7	78,4	523,7	149.442.479
	Estudios	6.197	86,3	17,5	1.510,8	9.363.084
	Salud	8.438	1,8	73,6	129,7	1.094.574
	Visita Familiar - Amigos	216.515	8,6	35,7	306,3	66.327.111
	Otros Motivos	33.210	4,3	43,0	183,7	6.100.585
	De Negocios	252.757	7,0	144,8	1.008,9	255.000.404
	<b>Total</b>	<b>802.501</b>	<b>7,7</b>	<b>78,4</b>	<b>607,3</b>	<b>487.328.237</b>
TOTAL	Personales	2.012.115	9,1	48,5	438,7	882.786.869
	Vacaciones	1.053.064	7,3	71,2	518,1	545.616.892
	Estudios	18.174	71,2	26,7	1.903,0	34.584.325
	Salud	29.139	2,7	46,1	125,9	3.667.486
	Visita Familiar - Amigos	790.823	10,7	32,0	342,9	271.155.226
	Otros Motivos	120.915	6,0	38,5	229,6	27.762.940
	De Negocios	758.938	6,6	140,1	918,8	697.339.708
	<b>Total</b>	<b>2.771.053</b>	<b>8,4</b>	<b>68,1</b>	<b>570,2</b>	<b>1.580.126.577</b>

9

(1) "De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

**Cuadro N° 3 Llegada de turistas, permanencia promedio, gasto promedio diario individual, gasto promedio total e ingreso de divisas, según principal motivo del viaje y país de residencia. Año 2010<sup>10</sup>.**

AÑO 2010						
PAÍS DE RESIDENCIA	MOTIVO DEL VIAJE (AGRUPADO)	Nº DE LLEGADAS DE TURISTAS	PERMANENCIA PROMEDIO ( NOCHES )	GASTO PROMEDIO DIARIO INDIVIDUAL (US\$)	GASTO TOTAL INDIVIDUAL (US\$)	INGRESO DE DIVISAS (US\$)
AMÉRICA	Personales	1.691.309	7,4	45,5	339,1	573.607.068
	Vacaciones	838.770	6,1	70,2	430,0	360.694.008
	Visita Familiar - Amigos	702.393	8,6	27,7	238,3	167.412.764
	Otros Motivos	150.147	9,4	32,3	303,0	45.500.296
	De Negocios	628.333	5,5	143,2	783,6	492.383.536
<b>Total</b>		<b>2.319.643</b>	<b>6,9</b>	<b>66,5</b>	<b>459,5</b>	<b>1.065.990.604</b>
ARGENTINA	Personales	913.850	6,5	36,1	233,9	213.770.581
	Vacaciones	476.610	6,0	50,4	301,9	143.875.873
	Visita Familiar - Amigos	347.009	7,8	21,6	167,5	58.136.173
	Otros Motivos	90.231	4,2	31,1	130,3	11.758.535
	De Negocios	170.364	4,6	126,1	583,4	99.397.104
<b>Total</b>		<b>1.084.214</b>	<b>6,2</b>	<b>46,6</b>	<b>288,8</b>	<b>313.167.685</b>
BOLIVIA	Personales	182.209	6,3	16,7	104,9	19.114.061
	Vacaciones	57.921	5,4	30,3	162,8	9.430.782
	Visita Familiar - Amigos	112.519	6,9	11,1	76,7	8.635.821
	Otros Motivos	11.769	5,0	17,8	89,0	1.047.457
	De Negocios	111.868	1,8	37,9	67,8	7.586.579
<b>Total</b>		<b>294.077</b>	<b>4,6</b>	<b>19,8</b>	<b>90,8</b>	<b>26.700.640</b>
PERU	Personales	230.587	3,3	25,6	85,1	19.620.802
	Vacaciones	74.136	2,7	36,4	99,6	7.380.825
	Visita Familiar - Amigos	130.511	3,8	19,4	74,3	9.690.659
	Otros Motivos	25.940	2,5	39,4	98,3	2.549.319
	De Negocios	75.466	4,4	133,7	592,3	44.699.594
<b>Total</b>		<b>306.053</b>	<b>3,6</b>	<b>58,5</b>	<b>210,2</b>	<b>64.320.397</b>
BRASIL	Personales	164.559	7,8	113,2	887,9	146.112.245
	Vacaciones	140.440	6,6	139,0	918,9	129.044.000
	Visita Familiar - Amigos	20.032	13,7	47,7	653,6	13.093.961
	Otros Motivos	4.086	21,6	44,9	972,7	3.974.284
	De Negocios	74.367	6,7	173,4	1.156,6	86.014.102
<b>Total</b>		<b>238.925</b>	<b>7,5</b>	<b>129,9</b>	<b>971,5</b>	<b>232.126.346</b>
EE.UU.	Personales	73.887	17,7	58,2	1.033,7	76.378.626
	Vacaciones	37.464	11,3	89,5	1.012,8	37.941.986
	Visita Familiar - Amigos	29.340	17,8	49,2	877,8	25.754.629
	Otros Motivos	7.084	51,4	34,9	1.790,3	12.682.012
	De Negocios	82.907	7,8	184,7	1.434,5	118.929.630
<b>Total</b>		<b>156.794</b>	<b>12,5</b>	<b>99,9</b>	<b>1.245,6</b>	<b>195.308.256</b>
MEXICO	Personales	10.604	19,9	54,7	1.086,0	11.515.547
	Vacaciones	4.058	7,0	114,2	795,4	3.227.534
	Visita Familiar - Amigos	5.090	15,3	64,4	986,7	5.022.616
	Otros Motivos	1.456	71,7	31,3	2.243,1	3.265.398
	De Negocios	21.385	8,8	168,0	1.470,4	31.444.248
<b>Total</b>		<b>31.988</b>	<b>12,4</b>	<b>108,0</b>	<b>1.343,0</b>	<b>42.959.795</b>
CANADA	Personales	22.914	20,8	51,3	1.066,9	24.447.118
	Vacaciones	10.956	13,5	73,3	990,2	10.849.416
	Visita Familiar - Amigos	10.623	27,8	39,9	1.109,3	11.785.055
	Otros Motivos	1.334	25,0	54,4	1.358,6	1.812.648
	De Negocios	13.647	9,1	173,3	1.581,7	21.586.003
<b>Total</b>		<b>36.561</b>	<b>16,5</b>	<b>76,5</b>	<b>1.259,1</b>	<b>46.033.121</b>
O. AMERICA	Personales	92.701	15,9	42,6	675,8	62.648.087
	Vacaciones	37.185	6,5	78,4	509,4	18.943.592
	Visita Familiar - Amigos	47.268	19,3	38,7	746,7	35.293.851
	Otros Motivos	8.247	38,3	26,6	1.019,8	8.410.644
	De Negocios	78.330	8,5	124,7	1.056,1	82.726.277
<b>Total</b>		<b>171.030</b>	<b>12,5</b>	<b>68,2</b>	<b>850,0</b>	<b>145.374.364</b>

10

(1) En "Otros Motivos" se incorporaron los motivos: Estudios, Salud y Conexión.

(2) "De Negocios" agrupa los motivos profesionales, negocios y congresos/seminarios.

Continua cuadro

AÑO 2010						
PAÍS DE RESIDENCIA	MOTIVO DEL VIAJE (AGRUPADO)	Nº DE LLEGADAS DE TURISTAS	PERMANENCIA PROMEDIO ( NOCHES )	GASTO PROMEDIO DIARIO INDIVIDUAL (US\$)	GASTO TOTAL INDIVIDUAL (US\$)	INGRESO DE DIVISAS (US\$)
EUROPA	Personales	254.988	18,7	55,0	1.030,0	262.629.609
	Vacaciones	166.264	12,6	72,6	911,3	151.519.934
	Visita Familiar - Amigos	78.332	27,0	44,9	1.214,1	95.104.135
	Otros Motivos	10.393	55,3	27,9	1.540,1	16.005.539
	De Negocios	104.243	12,0	131,6	1.576,6	164.352.810
<b>Total</b>		<b>359.231</b>	<b>16,8</b>	<b>70,8</b>	<b>1.188,6</b>	<b>426.982.419</b>
ALEMANIA	Personales	44.185	18,4	56,4	1.038,1	45.866.815
	Vacaciones	31.674	13,4	72,5	971,9	30.785.870
	Visita Familiar - Amigos	11.028	24,8	42,6	1.057,1	11.657.752
	Otros Motivos	1.483	77,5	29,8	2.308,5	3.423.193
	De Negocios	14.184	11,7	121,7	1.425,4	20.217.849
<b>Total</b>		<b>58.369</b>	<b>16,8</b>	<b>67,5</b>	<b>1.132,2</b>	<b>66.084.665</b>
ESPAÑA	Personales	35.436	21,4	53,8	1.153,9	40.888.113
	Vacaciones	15.764	11,8	85,4	1.008,0	15.890.309
	Visita Familiar - Amigos	18.485	27,3	45,6	1.246,5	23.041.344
	Otros Motivos	1.187	57,4	28,7	1.648,8	1.956.459
	De Negocios	26.049	11,3	150,3	1.701,6	44.324.277
<b>Total</b>		<b>61.485</b>	<b>17,2</b>	<b>80,8</b>	<b>1.385,9</b>	<b>85.212.390</b>
FRANCIA	Personales	45.443	19,7	55,8	1.099,7	49.971.412
	Vacaciones	31.620	14,2	76,5	1.088,8	34.427.085
	Visita Familiar - Amigos	11.840	23,7	41,9	991,3	11.737.686
	Otros Motivos	1.983	83,2	23,1	1.919,7	3.806.642
	De Negocios	15.334	15,0	88,2	1.321,5	20.263.570
<b>Total</b>		<b>60.777</b>	<b>18,5</b>	<b>62,4</b>	<b>1.155,6</b>	<b>70.234.983</b>
INGLATERRA	Personales	31.363	13,8	65,6	904,7	28.374.999
	Vacaciones	23.037	10,1	83,3	841,4	19.384.302
	Visita Familiar - Amigos	7.048	25,5	46,8	1.192,4	8.404.259
	Otros Motivos	1.278	16,0	28,7	459,0	586.438
	De Negocios	10.947	11,7	149,7	1.753,6	19.198.025
<b>Total</b>		<b>42.310</b>	<b>13,3</b>	<b>84,9</b>	<b>1.124,4</b>	<b>47.573.024</b>
O. EUROPA	Personales	98.562	19,1	51,9	989,5	97.528.269
	Vacaciones	64.169	12,4	64,2	795,3	51.032.369
	Visita Familiar - Amigos	29.930	29,3	45,9	1.345,2	40.263.095
	Otros Motivos	4.463	46,1	30,3	1.396,6	6.232.806
	De Negocios	37.728	11,4	140,4	1.599,6	60.349.089
<b>Total</b>		<b>136.291</b>	<b>16,9</b>	<b>68,4</b>	<b>1.158,4</b>	<b>157.877.358</b>
ASIA	Personales	9.219	21,3	49,8	1.060,3	9.774.861
	Vacaciones	6.367	11,3	76,5	864,2	5.502.713
	Visita Familiar - Amigos	1.888	22,6	40,7	918,7	1.734.000
	Otros Motivos	964	84,8	31,0	2.631,6	2.538.148
	De Negocios	19.188	11,7	126,6	1.486,5	28.522.348
<b>Total</b>		<b>28.407</b>	<b>14,8</b>	<b>90,8</b>	<b>1.348,2</b>	<b>38.297.209</b>
O. MUNDO	Personales	56.598	11,4	56,8	649,8	36.775.331
	Vacaciones	41.662	8,6	77,6	669,7	27.900.237
	Visita Familiar - Amigos	8.211	31,3	26,9	840,8	6.904.327
	Otros Motivos	6.724	4,5	65,1	293,1	1.970.768
	De Negocios	7.175	9,1	185,0	1.683,8	12.081.014
<b>Total</b>		<b>63.773</b>	<b>11,2</b>	<b>68,6</b>	<b>766,1</b>	<b>48.856.345</b>
TOTAL	Personales	2.012.115	9,1	48,5	438,7	882.786.869
	Vacaciones	1.053.064	7,3	71,2	518,1	545.616.892
	Visita Familiar - Amigos	790.823	10,7	32,0	342,9	271.155.226
	Otros Motivos	168.228	12,4	31,5	392,4	66.014.751
	De Negocios	758.938	6,6	140,1	918,8	697.339.708
<b>Total</b>		<b>2.771.053</b>	<b>8,4</b>	<b>68,1</b>	<b>570,2</b>	<b>1.580.126.577</b>

**Cuadro N° 4 Llegada de turistas, permanencia promedio, gasto promedio diario individual, gasto promedio total e ingreso de divisas, según puerta de entrada al país. Año 2010.**<sup>11</sup>

AÑO 2010						
CONGLOMERADO DE PASOS PARA ENTRAR A CHILE	PAIS DE RESIDENCIA	N° DE LLEGADAS DE TURISTAS	PERMANENCIA PROMEDIO ( NOCHES )	GASTO PROMEDIO DIARIO INDIVIDUAL (US\$)	GASTO TOTAL INDIVIDUAL (US\$)	INGRESO DE DIVISAS (US\$)
CONGLOMERADO TERRESTRE NORTE	América	530.198	3,7	21,5	79,6	42.227.341
	P. Fronterizos	515.691	3,4	20,3	69,7	35.935.182
	Brasil	4.958	9,0	38,3	344,4	1.707.761
	P. de América del Norte	4.598	22,5	26,5	597,7	2.748.387
	O. América	4.950	10,0	36,9	370,9	1.836.012
	Europa	12.915	9,3	80,1	747,7	9.656.633
	Asia	1.102	20,1	34,6	693,9	764.626
	O. Mundo	1.394	9,6	67,5	645,7	899.739
<b>Total</b>		<b>545.608</b>	<b>3,9</b>	<b>25,3</b>	<b>98,1</b>	<b>53.548.338</b>
CONGLOMERADO AÉREO	América	752.739	9,2	109,9	1.010,4	760.547.212
	P. Fronterizos	228.156	6,4	106,9	680,2	155.181.305
	Brasil	195.896	7,4	148,5	1.094,8	214.463.487
	P. de América del Norte	191.621	11,8	114,0	1.347,4	258.192.981
	O. América	137.066	12,8	75,4	968,2	132.709.439
	Europa	239.935	19,0	76,7	1.455,1	349.124.456
	Asia	22.277	13,1	113,5	1.489,3	33.176.684
	O. Mundo	35.992	8,8	93,5	824,4	29.672.459
<b>Total</b>		<b>1.050.944</b>	<b>11,5</b>	<b>97,0</b>	<b>1.115,7</b>	<b>1.172.520.811</b>
CONGLOMERADO TERRESTRE CENTRO_SUR	América	1.036.706	6,9	36,8	253,9	263.216.051
	P. Fronterizos	940.496	6,3	35,9	226,6	213.072.234
	Brasil	38.071	7,8	53,4	419,1	15.955.098
	P. de América del Norte	29.125	20,1	39,9	802,1	23.359.805
	O. America	29.014	11,1	33,6	373,2	10.828.913
	Europa	106.381	12,8	50,3	641,1	68.201.330
	Asia	5.027	21,3	40,7	866,4	4.355.900
	O. Mundo	26.387	14,5	47,9	692,9	18.284.148
<b>Total</b>		<b>1.174.501</b>	<b>7,7</b>	<b>39,4</b>	<b>301,5</b>	<b>354.057.429</b>
TOTAL	América	2.319.643	6,9	66,5	459,5	1.065.990.604
	P. Fronterizos	1.684.343	5,4	44,1	240,0	404.188.721
	Brasil	238.925	7,5	129,9	971,5	232.126.346
	P. de América del Norte	225.344	13,1	96,2	1.261,6	284.301.173
	O. América	171.030	12,5	68,2	850,0	145.374.364
	Europa	359.231	16,8	70,8	1.188,6	426.982.419
	Asia	28.407	14,8	90,8	1.348,2	38.297.209
	O. Mundo	63.773	11,2	68,6	766,1	48.856.345
<b>Total</b>		<b>2.771.053</b>	<b>8,4</b>	<b>68,1</b>	<b>570,2</b>	<b>1.580.126.577</b>

11

- (1) En "P. América del Norte" agrupa a EEUU, Canadá y México  
(2) "P. Fronterizos" agrupa a Argentina, Bolivia y Perú.  
(3) "Conglomerado Terrestre Norte" agrupa pasos fronterizos con Perú y Bolivia.  
(4) "Conglomerado Terrestre Centro Sur" agrupa pasos fronterizos con Argentina.  
(5) "Conglomerado Aeropuertos" agrupa totalidad de puertos aéreos del país.

**Cuadro N° 5 Características del turista residente en América y que visita Chile, según país de residencia. Año 2010.**

CARACTERÍSTICAS	AMERICA	ARGENTINA	BOLIVIA	PERU	BRASIL	EE.UU	MEXICO	CANADA	O.AMERICA
N° de llegada de turistas residentes en el extranjero	<b>2.319.643</b>	1.084.214	294.077	306.053	238.925	156.794	31.988	36.561	171.030
Ingreso de Divisas (dólares)	<b>1.065.990.604</b>	313.167.685	26.700.640	64.320.397	232.126.346	195.308.256	42.959.795	46.033.121	145.374.364
Permanencia promedio en Chile del turista residente en el extranjero (días)	<b>6,9</b>	6,2	4,6	3,6	7,5	12,5	12,4	16,5	12,5
Gasto promedio diario individual en Chile del turista residente en el extranjero (dólares)	<b>66,5</b>	46,6	19,8	58,5	129,9	99,9	108,0	76,5	68,2
Gasto promedio total individual en Chile del turista residente en el extranjero (dólares)	<b>459,5</b>	288,8	90,8	210,2	971,5	1245,6	1343,0	1259,1	850,0
Estructura del Gasto (Total)	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Hoteles y similares	<b>27,1</b>	29,3	20,9	40,1	30,1	38,7	37,8	33,7	30,0
Restaurante o similares	<b>21,1</b>	19,4	33,3	24,3	20,9	22,5	23,2	26,1	22,5
Transporte interno (Terrestre, marítimo y/o aéreo)	<b>5,3</b>	4,9	9,1	8,8	5,9	8,7	6,9	8,0	7,1
Compras	<b>21,4</b>	24,2	24,0	16,1	18,3	12,7	16,0	16,7	25,2
Paquete turístico (sin pasaje ni comision)	<b>7,0</b>	2,1	0,0	1,5	14,4	3,1	2,5	1,6	5,4
Otros	<b>18,0</b>	20,1	12,7	9,3	10,4	14,3	13,6	13,9	9,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Puerta de Entrada al país	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Conglomerado Aereo	<b>32,5</b>	15,5	1,9	17,7	82,0	85,0	88,9	81,9	80,1
Conglomerado Norte	<b>22,9</b>	1,3	96,2	71,3	2,1	2,2	1,4	2,1	2,9
Conglomerado Argentina	<b>44,7</b>	83,1	1,8	11,0	15,9	12,9	9,7	15,9	17,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Gasto Promedio	<b>Dólares</b>	Dólares							
Hoteles y similares (gpdí)	<b>150,6</b>	136,9	21,6	127,1	150,0	182,0	181,4	193,2	154,5
Restaurante o similares (gpdí)	<b>69,7</b>	59,6	17,2	49,7	77,9	80,1	80,3	106,6	70,3
T. Interno (gpt)	<b>78,0</b>	64,7	17,5	30,4	131,6	201,5	165,3	213,6	126,0
Compras (gpt)	<b>209,2</b>	188,4	82,8	73,0	365,0	249,1	286,5	348,4	403,9
Tramo de Gasto (GPDÍ)	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Menos de 30	<b>33,0</b>	35,0	63,1	42,2	6,0	11,7	16,3	8,2	17,4
De 30 a 80	<b>32,3</b>	37,4	31,1	38,3	16,5	19,3	27,6	14,7	30,4
De 80 a 120	<b>11,4</b>	12,6	4,5	6,0	16,0	13,3	14,7	13,5	16,2
120 o mas	<b>23,3</b>	15,0	1,4	13,5	61,5	55,7	41,5	63,6	35,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Visita Chile por primera vez	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Si	<b>24,0</b>	15,3	10,1	14,4	54,1	45,1	45,8	48,9	48,6
No	<b>76,0</b>	84,7	89,9	85,6	45,9	54,9	54,2	51,1	51,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
N° de veces que ha visitado Chile	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Una Vez	<b>11,5</b>	12,5	0,9	5,6	22,1	24,6	19,1	21,7	20,9
Dos Veces	<b>15,6</b>	13,3	18,8	16,0	21,5	21,3	17,4	20,5	15,2
Tres Veces	<b>11,0</b>	6,1	19,2	22,3	8,8	10,1	9,1	11,0	7,4
Más de Tres	<b>61,9</b>	68,1	61,1	56,1	47,7	44,0	54,5	46,8	56,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

CARACTERÍSTICAS	AMERICA	ARGENTINA	BOLIVIA	PERU	BRASIL	EE.UU	MEXICO	CANADA	O.AMERICA
Principal motivo del viaje	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Personales	72,9	84,3	62,0	75,3	68,9	47,1	33,1	62,7	54,2
Vacaciones	36,2	44,0	19,7	24,2	58,8	23,9	12,7	30,0	21,7
Estudios	0,5	0,1	0,0	0,3	0,5	2,6	2,9	1,2	2,2
Salud	1,3	0,3	0,8	7,4	0,0	0,0	0,1	0,0	0,2
Visita a familiares / amigos	30,3	32,0	38,3	42,6	8,4	18,7	15,9	29,1	27,6
Otros motivos	4,7	7,9	3,2	0,8	1,2	1,9	1,5	2,4	2,4
De Negocios	27,1	15,7	38,0	24,7	31,1	52,9	66,9	37,3	45,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								
Medios para informarse de Chile	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Internet	21,1	18,7	1,5	6,6	50,7	34,0	44,8	36,6	35,1
Agencia de viajes	3,6	2,9	0,0	0,2	11,8	3,6	4,0	3,3	8,4
Medios de comunicación	4,3	3,1	0,1	1,4	11,5	9,2	8,3	9,9	8,1
Revistas / folletos etc	2,6	2,1	1,3	0,3	6,4	6,9	2,2	5,5	2,4
Parientes/amigos	19,0	17,3	6,2	12,5	30,1	27,4	31,7	34,2	34,8
Ferías / workshop	0,2	0,1	0,0	0,5	0,1	0,7	0,1	0,1	0,3
Otras fuentes de información	4,2	3,4	1,2	1,2	6,0	11,6	8,5	15,0	7,3
Estuvo anteriormente	76,0	84,7	89,9	85,6	45,9	54,9	54,2	51,1	51,4
Financiamiento del Viaje	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Usted mismo	80,4	86,5	98,2	81,6	69,4	51,7	36,4	67,1	61,4
La empresa/institucion	19,3	13,0	2,2	17,4	29,7	49,7	64,1	33,5	38,2
Familiares/amigos	2,2	2,1	1,3	4,5	1,0	1,8	1,5	1,8	2,6
Invitacion/regalos/millas	1,1	0,7	0,0	1,0	3,6	0,9	4,0	1,1	2,5
Otros	0,1	0,0	0,1	0,3	0,0	0,1	1,4	0,0	0,0
Medios por el cual adquirió viaje a Chile	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Internet	10,0	5,5	0,4	3,6	24,3	25,8	24,0	36,0	23,1
Agencia de viajes	22,1	12,3	1,2	12,4	53,7	51,6	55,3	40,4	56,0
Obsequio/premio	0,4	0,1	0,0	0,9	0,9	0,5	0,2	0,0	0,9
Directo en línea aérea o buses	35,9	25,0	90,1	69,8	11,7	14,1	12,5	17,0	13,5
Ninguna de las anteriores	31,7	57,1	8,2	13,2	9,5	7,9	8,0	6,5	6,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								
Países visitados antes de llegar a Chile	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Desde el país de residencia	94,3	99,3	99,4	99,7	81,1	77,6	84,0	77,7	83,8
Argentina	4,1	0,0	0,1	0,3	17,1	13,2	11,2	15,9	13,3
Perú	0,8	0,2	0,0	0,0	0,8	5,7	1,1	4,8	1,6
Bolivia	0,5	0,3	0,0	0,0	0,6	2,3	0,3	2,4	0,4
Brasil	0,4	0,1	0,0	0,0	0,0	3,4	3,7	2,1	0,6
Otros países de América del Sur	1,0	0,0	0,5	0,0	2,7	6,3	3,9	5,2	1,4
Otros países del Mundo	0,3	0,1	0,0	0,0	0,5	1,8	0,7	1,2	0,9
Países a visitar después de Chile	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Hacia el país de residencia	90,9	99,0	83,3	94,3	82,2	73,5	81,2	75,9	80,1
Argentina	5,4	0,0	0,8	5,0	15,4	17,9	13,4	19,7	18,6
Perú	2,9	0,6	15,3	0,0	1,5	5,4	3,9	3,0	0,6
Bolivia	0,5	0,2	0,0	2,1	0,3	1,2	0,3	0,5	0,1
Brasil	0,8	0,1	0,4	0,5	0,0	6,4	1,2	6,7	0,5
Otros países de América del Sur	1,0	0,4	0,1	0,2	1,1	5,4	2,5	4,0	2,4
Otros países del Mundo	0,2	0,1	0,0	0,0	0,3	1,3	1,0	1,0	0,4

CARACTERÍSTICAS	AMERICA	ARGENTINA	BOLIVIA	PERU	BRASIL	EE.UU	MEXICO	CANADA	O.AMERICA
Composición etárea Masculina	%	%	%	%	%	%	%	%	%
0 a 14 años	4,6	5,1	17,4	1,6	1,6	0,4	0,3	1,7	1,2
15 a 24 años	4,7	5,9	6,0	3,7	2,7	2,7	0,4	2,3	5,3
25 a 34 años	19,9	17,4	19,4	28,9	24,1	15,9	19,5	16,9	19,0
35 a 44 años	34,3	34,0	37,6	34,2	37,4	27,4	46,7	25,9	34,2
45 a 54 años	26,6	25,7	16,4	27,8	25,4	38,3	27,5	38,1	27,8
55 a 64 años	8,4	9,5	3,2	3,5	7,9	14,0	5,4	12,4	10,6
65 años y mas	1,6	2,4	0,0	0,4	0,9	1,4	0,2	2,8	1,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								
Composición etárea Femenina	%	%	%	%	%	%	%	%	%
0 a 14 años	5,1	7,1	4,6	1,3	2,8	1,5	0,9	4,7	3,6
15 a 24 años	9,1	9,4	5,5	11,2	6,0	14,5	15,0	5,5	12,7
25 a 34 años	24,9	21,6	21,5	31,9	32,2	29,5	28,4	28,9	32,5
35 a 44 años	31,4	30,5	38,7	30,8	36,9	22,7	24,0	21,6	20,8
45 a 54 años	20,7	19,9	25,4	20,4	15,9	21,2	24,5	26,8	20,7
55 a 64 años	6,3	7,4	4,4	3,7	5,1	8,3	6,6	9,3	7,9
65 años y mas	2,4	3,9	0,0	0,9	1,2	2,3	0,7	3,2	1,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								
Total composición etárea	%	%	%	%	%	%	%	%	%
0 a 14 años	4,8	6,0	10,5	1,4	2,0	0,6	0,4	2,5	2,0
15 a 24 años	6,6	7,5	5,7	7,0	3,8	5,1	3,7	3,2	7,8
25 a 34 años	22,0	19,3	20,5	30,2	26,8	18,7	21,5	20,2	23,5
35 a 44 años	33,1	32,4	38,2	32,7	37,2	26,4	41,6	24,7	29,7
45 a 54 años	24,1	23,1	21,2	24,5	22,2	34,8	26,8	35,0	25,4
55 a 64 años	7,5	8,6	3,8	3,6	7,0	12,8	5,7	11,6	9,7
65 años y mas	1,9	3,1	0,0	0,6	1,0	1,6	0,3	2,9	1,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								
Composición según género	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Femenino	41,8	45,4	53,4	44,1	33,5	20,5	22,5	27,2	33,3
Masculino	58,2	54,6	46,6	55,9	66,5	79,5	77,5	72,8	66,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								
Tipo de alojamiento utilizado	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Hotel y similares	58,6	48,2	56,0	54,7	89,9	79,2	80,2	71,3	67,0
Casa o dpto arrendado	6,6	11,6	1,1	0,5	2,0	4,0	5,8	3,1	5,0
Casa de familiares o amigos	35,7	41,5	39,7	44,5	9,6	20,9	16,2	32,1	31,1
Pasajero en crucero	0,3	0,0	0,0	0,0	0,1	2,7	0,3	3,4	0,0
Otros	2,3	2,4	3,2	0,7	1,3	4,1	1,1	4,6	3,0
Servicio de Alimentación utilizado	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Restaurante	72,4	61,0	78,3	79,1	90,7	85,8	85,6	88,4	79,2
Hotel	24,4	26,6	0,6	18,5	34,0	40,6	26,8	33,3	30,4
Preparó su comida	25,9	41,8	7,3	11,8	10,2	16,6	14,7	21,3	16,1
Casa de familiares / amigos	33,8	39,4	39,1	39,4	9,7	20,5	15,9	28,9	29,6
Otro	1,1	0,5	0,0	0,6	1,4	3,6	4,1	2,2	4,3
Invitación	13,6	17,9	0,5	5,8	11,6	17,9	28,3	11,5	19,9
Transporte bandera chilena entrar y/o salir de Chile	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Si	27,0	19,5	21,3	41,3	36,8	23,9	65,7	15,0	43,3
No	73,0	80,5	78,7	58,7	63,2	76,1	34,3	85,0	56,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								

CARACTERÍSTICAS	AMERICA	ARGENTINA	BOLIVIA	PERU	BRASIL	EE.UU	MEXICO	CANADA	O.AMERICA
Tipo de Transporte para llegar a Chile	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Avión	56,3	45,7	2,3	39,8	90,4	83,9	96,0	88,0	92,8
Bus	34,7	54,3	97,7	15,9	9,6	15,2	3,9	11,5	7,2
Taxi/colectivo	9,0	0,0	0,0	44,3	0,0	0,9	0,1	0,6	0,0
Tipo de Transporte para salir de Chile	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Avión	55,4	44,8	2,3	39,1	90,4	79,2	96,0	73,5	92,3
Bus	34,4	55,2	97,7	10,8	9,6	20,5	3,9	25,9	7,7
Taxi/colectivo	10,1	0,0	0,0	50,1	0,0	0,2	0,1	0,6	0,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								
Uso vehiculo	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Si	31,2	56,4	17,1	15,1	6,1	0,4	0,0	0,0	0,8
No	68,8	43,6	82,9	84,9	93,9	99,6	100,0	100,0	99,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								
Uso de paquete turistico	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Si	5,8	4,0	0,2	0,7	22,7	4,7	7,7	4,0	13,5
No	94,2	96,0	99,8	99,3	77,3	95,3	92,3	96,0	86,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								
Componentes del paquete turistico	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Pasajes Internacionales	85,0	85,7	100,0	67,5	85,4	70,5	74,6	91,3	89,4
Alojamiento	89,6	94,4	0,0	51,0	94,2	79,3	89,1	75,8	79,4
Alimentación	45,2	73,5	0,0	34,7	15,9	49,3	40,3	52,9	61,2
Transporte local/traslados	86,7	81,0	0,0	52,1	89,4	91,2	93,4	89,7	93,6
City tour	70,0	60,7	100,0	22,8	79,8	65,1	75,0	59,0	70,0
Otros	16,9	10,1	0,0	9,1	20,0	35,8	23,3	32,2	16,1
Actividades Realizadas	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Bañarse en la playa	23,3	27,5	49,4	19,5	6,6	4,8	3,9	10,2	4,9
Otras actividades de playa	19,3	24,2	39,2	6,0	10,1	6,8	7,7	7,7	7,2
Deportes aventura	0,7	0,7	0,0	0,0	1,3	2,1	0,6	1,6	0,4
Ascensiones/trekking en montaña	4,7	5,4	0,1	0,1	10,5	9,9	1,8	12,7	3,0
Ski/snowboard	2,0	0,7	0,0	0,1	13,6	1,4	1,5	0,3	2,0
Otros deportes de montaña	1,5	1,9	0,1	0,0	2,9	3,3	0,7	4,1	0,3
Visita a parques/reservas nacionales	18,5	24,9	0,9	2,2	28,8	21,6	15,0	24,5	19,2
Observacion de flora y fauna	20,6	25,4	9,4	2,4	32,7	20,1	20,1	19,3	25,1
Participacion en festivales/eventos artisticos	2,3	2,7	0,0	3,5	1,4	2,5	2,9	2,2	2,1
Participacion en eventos deportivos	0,6	0,8	0,0	0,6	0,9	0,6	0,1	1,0	0,7
Visita a museos/centros historicos y de artes	32,7	35,8	28,0	26,5	38,5	27,1	29,7	30,2	29,5
Actividades religiosas y de congregacion	1,2	1,6	0,3	1,2	0,6	0,9	1,7	1,5	1,6
City tour	8,6	3,6	0,5	8,8	31,0	10,0	14,2	12,0	18,8
Cruceros (de mas de un dia de duracion)	0,3	0,1	0,0	0,0	0,1	2,3	0,3	2,1	0,1
Baños termales	4,5	5,7	0,0	1,2	6,5	3,3	2,5	4,9	9,4
Excursiones nauticas	6,3	9,3	1,8	1,8	6,3	6,5	3,8	4,5	4,1
Rutas de interes tematico	4,1	0,4	0,0	1,1	25,1	6,3	7,1	10,6	7,2
Otras actividades	24,2	39,0	2,1	15,4	15,0	14,9	11,6	19,5	9,3
No realiza actividades	32,1	20,1	39,2	52,2	29,0	50,0	50,9	38,7	43,7

CARACTERÍSTICAS	AMERICA	ARGENTINA	BOLIVIA	PERU	BRASIL	EE.UU	MEXICO	CANADA	O.AMERICA
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Principales razones para elegir a Chile como destino turístico (Base: Motivo del viaje= Vacaciones)									
Atractivos naturales/paisajes	<b>70,8</b>	65,0	91,2	69,2	81,3	80,3	54,7	67,7	70,0
Atractivos culturales	<b>35,1</b>	32,0	73,1	27,4	33,7	45,0	31,2	40,4	25,0
Precios	<b>9,4</b>	10,0	4,7	23,8	5,0	5,1	4,7	2,8	3,3
Distancia	<b>30,3</b>	38,5	36,8	50,7	6,5	1,7	1,2	1,3	5,8
Sensación de seguridad del país	<b>17,2</b>	14,4	37,9	55,1	5,3	8,4	6,8	5,2	4,5
Clima	<b>18,9</b>	19,3	21,2	53,6	5,5	8,7	9,2	6,4	7,2
Conocer por primera vez	<b>23,5</b>	17,1	3,6	12,1	37,9	43,0	62,0	59,1	71,1
Conocer lugares pendientes	<b>11,7</b>	13,3	9,8	17,1	7,6	9,2	2,1	6,0	3,9
Otras	<b>5,5</b>	5,2	0,0	3,6	7,6	9,5	5,7	12,8	6,6
Lugares Visitados (%)	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Arica	<b>23,0</b>	1,4	96,9	72,9	1,3	3,0	3,3	3,1	0,3
Putre-Lago Chungara	<b>0,4</b>	0,0	1,4	0,0	0,3	1,6	1,0	1,9	0,0
Iquique - Salitreras - Pica - Matilla	<b>1,8</b>	0,3	2,4	5,0	1,5	1,6	1,5	1,8	4,8
Antofagasta - Calama	<b>1,3</b>	1,0	0,2	0,4	2,4	4,2	2,7	5,9	1,6
Valle de la Luna - San Pedro de Atacama - Geysers del Tatio	<b>1,5</b>	0,4	0,2	0,0	4,7	8,0	1,7	9,6	0,7
La Serena - Coquimbo - Valle del Elqui - Vicuña	<b>2,8</b>	4,3	0,0	0,3	1,9	3,9	1,7	8,7	1,9
Isla de Pascua	<b>0,2</b>	0,0	0,0	0,0	0,3	1,8	0,4	4,4	0,1
Valparaíso - Viña del Mar	<b>15,2</b>	21,8	0,7	2,1	15,6	19,6	12,4	27,5	15,2
Otros sectores costeros de la región de Valparaíso	<b>2,9</b>	4,3	0,3	0,1	2,2	4,0	1,9	7,3	2,2
Centros invernales (farellones, portillo, etc)	<b>0,6</b>	0,2	0,0	0,0	4,5	0,7	0,3	0,3	0,3
Santiago y alrededores	<b>36,8</b>	27,5	2,5	20,8	81,4	72,6	80,4	71,6	72,6
Rutas del vino	<b>0,2</b>	0,0	0,0	0,0	0,6	0,9	0,2	1,2	0,1
Costa de Pichilemú a Constitución	<b>0,3</b>	0,4	0,0	0,0	0,4	0,8	1,3	1,4	0,3
Concepción - área costera del Bio - Bio	<b>1,9</b>	2,5	0,0	0,3	2,0	2,6	3,4	1,6	3,2
Pucón - Villarrica - Lican Ray - Caburga	<b>4,3</b>	6,2	0,0	0,3	6,1	5,4	2,5	6,0	3,3
Valdivia - sector costero de Corral y Niebla	<b>7,2</b>	13,5	0,0	0,2	2,9	4,0	4,7	2,2	2,6
Osorno y alrededores	<b>10,0</b>	18,7	0,0	0,3	5,3	3,0	3,6	1,8	5,3
Puerto Montt - Pto. Varas - P.N Pérez Rosales	<b>13,1</b>	21,7	0,0	0,2	11,4	9,3	6,7	8,2	12,9
Isla de Chiloé	<b>2,9</b>	4,3	0,0	0,0	2,0	3,9	0,5	2,7	4,0
Carretera Austral - Futaleufú - Palena	<b>0,1</b>	0,1	0,0	0,0	0,2	0,8	0,0	0,4	0,0
Torres del Paine	<b>0,4</b>	0,0	0,1	0,0	0,6	4,2	0,2	3,9	0,1
Punta Arenas	<b>0,5</b>	0,1	0,0	0,0	0,6	3,7	0,7	3,6	0,7
Otras	<b>2,3</b>	1,6	0,1	0,5	3,9	6,5	3,8	10,6	5,4

CARACTERÍSTICAS	AMERICA	ARGENTINA	BOLIVIA	PERU	BRASIL	EE.UU	MEXICO	CANADA	O.AMERICA
Ciudad de Residencia	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Bariloche	7,2	15,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Buenos Aires	10,1	21,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Córdoba	2,7	5,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mendoza	14,0	30,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Otras ciudades de Argentina	12,7	27,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Cochabamba	2,0	0,0	15,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
La Paz	9,3	0,0	73,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Otras ciudades de Bolivia	1,3	0,0	10,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Lima	2,2	0,0	0,0	16,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tacna	6,2	0,0	0,0	47,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Otras ciudades de Perú	4,8	0,0	0,0	36,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Brasilia	0,4	0,0	0,0	0,0	3,8	0,0	0,0	0,0	0,0
Rio de Janeiro	0,8	0,0	0,0	0,0	8,2	0,0	0,0	0,0	0,0
San Pablo	5,0	0,0	0,0	0,0	48,6	0,0	0,0	0,0	0,0
Otras ciudades de Brasil	4,1	0,0	0,0	0,0	39,4	0,0	0,0	0,0	0,0
Los Angeles	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	4,9	0,0	0,0	0,0
Miami	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	5,8	0,0	0,0	0,0
New York	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	10,7	0,0	0,0	0,0
Sn Francisco	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	4,7	0,0	0,0	0,0
Washington	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	6,5	0,0	0,0	0,0
Otras ciudades de EE. UU	4,6	0,0	0,0	0,0	0,0	67,4	0,0	0,0	0,0
Ciudad de México	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	46,7	0,0	0,0
Guadalajara	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,5	0,0	0,0
Monterrey	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7,8	0,0	0,0
Otra ciudad de México	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	39,0	0,0	0,0
Montreal	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	22,6	0,0
Otawa	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,9	0,0
Toronto	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	23,1	0,0
Vancouver	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	12,1	0,0
Otras ciudades de Canadá	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	36,3	0,0
Otras ciudades de América	7,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0

**Cuadro N° 6 Características del turista residente en Europa y otras partes del mundo que visita Chile, según país de residencia. Año 2010.**

CARACTERÍSTICAS	EUROPA	ALEMANIA	ESPAÑA	FRANCIA	INGLATERRA	O.EUROPA	ASIA	O.MUNDO	TOTAL
N° de llegada de turistas residentes en el extranjero	<b>359.231</b>	58.369	61.485	60.777	42.310	136.291	<b>28.407</b>	<b>63.773</b>	<b>2.771.053</b>
Ingreso de Divisas (dólares)	<b>426.982.419</b>	66.084.665	85.212.390	70.234.983	47.573.024	157.877.358	<b>38.297.209</b>	<b>48.856.345</b>	<b>1.580.126.577</b>
Permanencia promedio en Chile del turista residente en el extranjero (días)	<b>16,8</b>	16,8	17,2	18,5	13,3	16,9	<b>14,8</b>	<b>11,2</b>	<b>8,4</b>
Gasto promedio diario individual en Chile del turista residente en el extranjero (dólares)	<b>70,8</b>	67,5	80,8	62,4	84,9	68,4	<b>90,8</b>	<b>68,6</b>	<b>68,1</b>
Gasto promedio total individual en Chile del turista residente en el extranjero (dólares)	<b>1188,6</b>	1132,2	1385,9	1155,6	1124,4	1158,4	<b>1348,2</b>	<b>766,1</b>	<b>570,2</b>
Estructura del Gasto (Total)	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Hoteles y similares	<b>30,0</b>	30,3	30,3	31,3	33,5	30,4	<b>35,4</b>	<b>34,2</b>	<b>31,9</b>
Restaurante o similares	<b>23,4</b>	21,3	25,6	23,5	23,0	24,5	<b>26,2</b>	<b>22,3</b>	<b>22,4</b>
Transporte interno (Terrestre, marítimo y/o aéreo)	<b>9,7</b>	10,9	8,0	11,8	10,3	8,8	<b>10,0</b>	<b>11,6</b>	<b>7,6</b>
Compras	<b>15,1</b>	13,7	17,7	14,4	12,5	16,6	<b>11,6</b>	<b>12,8</b>	<b>18,1</b>
Paquete turístico (sin pasaje ni comision)	<b>6,8</b>	9,2	3,3	4,1	7,4	4,9	<b>1,6</b>	<b>3,5</b>	<b>5,4</b>
Otros	<b>15,0</b>	14,5	15,2	14,9	13,3	14,8	<b>15,2</b>	<b>15,6</b>	<b>14,6</b>
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Puerta de Entrada al país	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Conglomerado Aereo	<b>66,8</b>	63,7	78,5	62,3	64,2	65,6	<b>78,4</b>	<b>56,4</b>	<b>37,9</b>
Conglomerado Norte	<b>3,6</b>	4,0	2,2	4,9	1,7	4,1	<b>3,9</b>	<b>2,2</b>	<b>19,7</b>
Conglomerado Argentina	<b>29,6</b>	32,2	19,3	32,8	34,1	30,4	<b>17,7</b>	<b>41,4</b>	<b>42,4</b>
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Gasto Promedio	<b>Dólares</b>	Dólares	Dólares	Dólares	Dólares	Dólares	<b>Dólares</b>	<b>Dólares</b>	<b>Dólares</b>
Hoteles y similares (gpdí)	<b>185,7</b>	183,3	190,9	159,1	161,3	205,6	<b>214,0</b>	<b>103,7</b>	<b>160,2</b>
Restaurante o similares (gpdí)	<b>108,6</b>	94,9	104,4	81,8	81,3	141,3	<b>111,5</b>	<b>89,6</b>	<b>81,6</b>
T. Interno (gpt)	<b>245,2</b>	252,8	222,0	310,2	230,3	227,1	<b>275,9</b>	<b>166,7</b>	<b>108,4</b>
Compras (gpt)	<b>314,7</b>	256,5	367,4	281,2	246,0	352,1	<b>258,5</b>	<b>189,2</b>	<b>222,8</b>
Tramo de Gasto (GPDÍ)	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Menos de 30	<b>18,1</b>	18,1	13,4	18,5	14,2	21,3	<b>9,9</b>	<b>13,5</b>	<b>30,4</b>
De 30 a 80	<b>34,4</b>	38,1	28,7	38,4	31,5	34,6	<b>14,4</b>	<b>32,4</b>	<b>32,4</b>
De 80 a 120	<b>15,2</b>	14,8	13,5	14,9	22,6	14,0	<b>18,4</b>	<b>16,3</b>	<b>12,1</b>
120 o mas	<b>32,2</b>	29,0	44,4	28,2	31,7	30,0	<b>57,4</b>	<b>37,8</b>	<b>25,2</b>
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Visita Chile por primera vez	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Si	<b>57,6</b>	63,0	41,5	64,5	66,7	56,5	<b>60,0</b>	<b>69,9</b>	<b>29,7</b>
No	<b>42,4</b>	37,0	58,5	35,5	33,3	43,5	<b>40,0</b>	<b>30,1</b>	<b>70,3</b>
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
N° de veces que ha visitado Chile	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Una Vez	<b>25,8</b>	29,9	20,7	25,4	33,3	25,8	<b>22,4</b>	<b>47,7</b>	<b>13,1</b>
Dos Veces	<b>19,7</b>	21,4	16,6	25,9	21,8	18,2	<b>7,4</b>	<b>8,3</b>	<b>15,8</b>
Tres Veces	<b>7,8</b>	8,3	7,4	7,9	10,9	7,0	<b>6,8</b>	<b>6,4</b>	<b>10,7</b>
Más de Tres	<b>46,7</b>	40,4	55,3	40,8	34,0	48,9	<b>63,4</b>	<b>37,5</b>	<b>60,5</b>
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

CARACTERÍSTICAS	EUROPA	ALEMANIA	ESPAÑA	FRANCIA	INGLATERRA	O.EUROPA	ASIA	O.MUNDO	TOTAL
Principal motivo del viaje	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Personales	<b>71,0</b>	75,7	57,6	74,8	74,1	72,3	<b>32,5</b>	<b>88,7</b>	<b>72,6</b>
Vacaciones	<b>46,3</b>	54,3	25,6	52,0	54,4	47,1	<b>22,4</b>	<b>65,3</b>	<b>38,0</b>
Estudios	<b>1,3</b>	1,9	1,0	2,4	0,7	1,0	<b>3,0</b>	<b>0,1</b>	<b>0,7</b>
Salud	<b>0,0</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>	<b>1,1</b>
Visita a familiares / amigos	<b>21,8</b>	18,9	30,1	19,5	16,7	22,0	<b>6,6</b>	<b>12,9</b>	<b>28,5</b>
Otros motivos	<b>1,5</b>	0,6	1,0	0,9	2,3	2,3	<b>0,4</b>	<b>10,3</b>	<b>4,4</b>
De Negocios	<b>29,0</b>	24,3	42,4	25,2	25,9	27,7	<b>67,5</b>	<b>11,3</b>	<b>27,4</b>
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								
Medios para informarse de Chile	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Internet	<b>47,4</b>	46,2	38,8	54,5	47,5	48,5	<b>45,4</b>	<b>49,3</b>	<b>25,4</b>
Agencia de viajes	<b>6,3</b>	7,4	2,4	10,0	6,1	5,9	<b>4,8</b>	<b>4,6</b>	<b>3,9</b>
Medios de comunicación	<b>11,8</b>	10,5	8,7	16,8	11,7	11,6	<b>9,8</b>	<b>14,7</b>	<b>5,6</b>
Revistas / folletos etc	<b>12,3</b>	14,3	4,5	14,4	15,1	13,2	<b>4,9</b>	<b>22,4</b>	<b>4,3</b>
Parientes/amigos	<b>29,6</b>	28,7	33,6	27,3	27,2	30,0	<b>26,3</b>	<b>24,1</b>	<b>20,6</b>
Ferias / workshop	<b>0,6</b>	0,9	0,1	0,8	1,0	0,4	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>
Otras fuentes de información	<b>9,1</b>	9,5	10,7	11,5	9,5	7,2	<b>13,6</b>	<b>7,9</b>	<b>5,0</b>
Estuvo anteriormente	<b>42,4</b>	37,0	58,5	35,5	33,3	43,5	<b>40,0</b>	<b>30,1</b>	<b>70,3</b>
Financiamiento del Viaje	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Usted mismo	<b>74,1</b>	77,4	62,1	79,7	77,2	74,8	<b>42,1</b>	<b>91,1</b>	<b>79,4</b>
La empresa/institucion	<b>26,9</b>	23,6	39,3	21,6	23,6	26,0	<b>62,4</b>	<b>9,6</b>	<b>20,5</b>
Familiares/amigos	<b>0,7</b>	0,7	0,7	1,1	0,7	0,6	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>1,9</b>
Invitacion/regalos/millas	<b>0,6</b>	0,3	0,8	0,5	0,4	0,8	<b>0,9</b>	<b>0,0</b>	<b>1,0</b>
Otros	<b>0,1</b>	0,1	0,0	0,1	0,0	0,2	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>
Medios por el cual adquirió viaje a Chile	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Internet	<b>27,7</b>	24,9	27,4	41,2	27,1	23,2	<b>13,5</b>	<b>24,2</b>	<b>12,6</b>
Agencia de viajes	<b>41,8</b>	40,2	47,2	34,1	35,4	45,5	<b>57,6</b>	<b>34,5</b>	<b>25,3</b>
Obsequio/premio	<b>0,3</b>	0,2	0,7	0,1	0,2	0,2	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>	<b>0,3</b>
Directo en línea aérea o buses	<b>24,8</b>	28,5	17,5	19,9	31,9	26,4	<b>20,3</b>	<b>33,8</b>	<b>34,3</b>
Ninguna de las anteriores	<b>5,5</b>	6,3	7,2	4,8	5,4	4,6	<b>8,6</b>	<b>7,4</b>	<b>27,5</b>
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								
Países visitados antes de llegar a Chile	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Desde el país de residencia	<b>63,5</b>	60,6	75,9	63,0	56,0	61,7	<b>51,0</b>	<b>52,9</b>	<b>88,9</b>
Argentina	<b>25,6</b>	23,6	19,3	28,9	27,1	27,3	<b>21,1</b>	<b>31,4</b>	<b>7,7</b>
Perú	<b>7,2</b>	9,1	2,1	6,3	11,0	7,9	<b>15,3</b>	<b>20,3</b>	<b>2,2</b>
Bolivia	<b>6,3</b>	7,0	0,8	5,6	10,1	7,5	<b>8,8</b>	<b>19,5</b>	<b>1,7</b>
Brasil	<b>5,1</b>	6,4	3,0	4,7	9,2	4,4	<b>11,2</b>	<b>9,3</b>	<b>1,3</b>
Otros países de América del Sur	<b>5,9</b>	7,5	1,9	4,2	11,6	5,9	<b>8,8</b>	<b>8,1</b>	<b>1,9</b>
Otros países del Mundo	<b>3,3</b>	3,0	1,3	2,3	7,2	3,5	<b>11,2</b>	<b>4,0</b>	<b>0,9</b>
Países a visitar después de Chile	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Hacia el país de residencia	<b>61,3</b>	58,7	72,4	57,6	55,0	61,1	<b>36,5</b>	<b>21,0</b>	<b>84,9</b>
Argentina	<b>31,2</b>	34,9	21,4	32,5	35,1	32,3	<b>29,2</b>	<b>55,8</b>	<b>10,2</b>
Perú	<b>4,9</b>	4,5	2,6	5,2	7,4	5,3	<b>11,9</b>	<b>23,2</b>	<b>3,7</b>
Bolivia	<b>3,6</b>	3,8	2,8	1,3	5,6	4,3	<b>2,3</b>	<b>13,7</b>	<b>1,2</b>
Brasil	<b>9,1</b>	7,2	5,6	12,5	11,8	9,2	<b>14,6</b>	<b>30,3</b>	<b>2,7</b>
Otros países de América del Sur	<b>6,3</b>	5,9	5,7	7,5	7,4	5,9	<b>22,5</b>	<b>19,6</b>	<b>2,3</b>
Otros países del Mundo	<b>1,6</b>	0,8	0,9	1,9	4,0	1,3	<b>18,1</b>	<b>8,5</b>	<b>0,8</b>

CARACTERÍSTICAS	EUROPA	ALEMANIA	ESPAÑA	FRANCIA	INGLATERRA	O.EUROPA	ASIA	O.MUNDO	TOTAL
Composición etárea Masculina	%	%	%	%	%	%	%	%	%
0 a 14 años	0,5	0,0	0,3	0,5	0,3	0,8	0,3	0,5	3,8
15 a 24 años	3,7	3,8	1,1	3,7	1,4	5,6	2,3	12,6	4,7
25 a 34 años	28,1	31,4	16,5	31,1	37,4	28,4	29,9	40,1	21,7
35 a 44 años	28,5	26,5	36,5	24,5	26,7	27,5	36,4	21,4	33,2
45 a 54 años	26,1	24,5	32,5	29,3	18,6	24,8	22,3	13,6	26,2
55 a 64 años	11,2	12,4	10,8	9,0	12,5	11,3	8,8	7,5	8,8
65 años y mas	1,9	1,5	2,3	1,9	3,1	1,5	0,0	4,2	1,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								
Composición etárea Femenina	%	%	%	%	%	%	%	%	%
0 a 14 años	1,0	0,5	1,6	2,2	0,3	0,6	2,5	0,3	4,5
15 a 24 años	10,5	16,3	10,4	5,0	8,9	11,6	21,8	10,6	9,3
25 a 34 años	42,9	32,5	26,8	51,3	54,5	45,2	50,8	41,0	27,3
35 a 44 años	20,2	21,2	26,0	16,0	19,3	20,4	21,7	17,7	29,9
45 a 54 años	16,6	22,8	21,9	17,0	9,2	13,8	2,7	21,5	20,2
55 a 64 años	6,2	4,8	6,1	6,0	5,7	7,2	0,4	6,7	6,3
65 años y mas	2,5	2,0	7,2	2,4	2,0	1,2	0,0	2,3	2,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								
Total composición etárea	%	%	%	%	%	%	%	%	%
0 a 14 años	0,7	0,2	0,7	1,2	0,3	0,8	0,7	0,4	4,1
15 a 24 años	6,0	8,2	3,6	4,3	4,0	7,5	5,6	11,8	6,6
25 a 34 años	33,0	31,8	19,3	39,8	43,3	33,6	33,5	40,5	24,0
35 a 44 años	25,7	24,6	33,6	20,9	24,2	25,4	33,9	19,9	31,8
45 a 54 años	22,9	23,9	29,6	24,0	15,3	21,4	18,9	16,7	23,8
55 a 64 años	9,5	9,7	9,6	7,7	10,1	10,0	7,4	7,2	7,8
65 años y mas	2,1	1,7	3,6	2,1	2,7	1,4	0,0	3,5	2,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								
Composición según género	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Femenino	33,4	35,5	27,2	43,0	34,6	30,6	17,3	39,6	40,4
Masculino	66,6	64,5	72,8	57,0	65,4	69,4	82,7	60,4	59,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								
Tipo de alojamiento utilizado	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Hotel y similares	78,2	82,3	69,7	78,3	87,5	77,4	84,4	90,4	62,2
Casa o dpto arrendado	4,3	4,4	5,0	5,3	1,4	4,4	8,8	0,8	6,2
Casa de familiares o amigos	24,2	21,4	31,2	23,7	17,8	24,6	8,6	13,3	33,4
Pasajero en crucero	2,4	1,7	0,0	7,7	3,4	1,1	1,5	1,4	0,6
Otros	4,7	4,9	4,5	7,0	3,2	4,2	2,0	1,8	2,6
Servicio de Alimentación utilizado	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Restaurante	86,8	85,2	87,5	88,4	88,1	86,0	81,7	82,5	74,6
Hotel	33,0	37,7	34,5	38,0	41,3	25,4	26,2	40,9	25,9
Preparó su comida	28,5	26,2	21,2	31,4	26,3	32,1	13,5	25,0	26,1
Casa de familiares / amigos	23,0	20,0	30,5	20,6	16,7	24,0	8,2	14,2	31,7
Otro	3,4	2,3	2,2	8,7	2,3	2,3	6,7	2,2	1,5
Invitación	14,8	12,6	21,9	10,0	13,7	15,0	35,4	6,9	13,9
Transporte bandera chilena entrar y/o salir de Chile	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Si	33,6	35,8	45,4	25,3	36,3	30,2	46,6	54,8	28,7
No	66,4	64,2	54,6	74,7	63,7	69,8	53,4	45,2	71,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								

CARACTERÍSTICAS	EUROPA	ALEMANIA	ESPAÑA	FRANCIA	INGLATERRA	O.EUROPA	ASIA	O.MUNDO	TOTAL
Tipo de Transporte para llegar a Chile	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Avión	<b>70,2</b>	80,0	80,4	54,3	74,7	62,6	<b>84,3</b>	<b>84,9</b>	<b>60,2</b>
Bus	<b>29,8</b>	20,0	19,6	45,7	25,3	37,4	<b>15,5</b>	<b>15,1</b>	<b>32,7</b>
Taxi/colectivo	<b>0,0</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>7,1</b>
Tipo de Transporte para salir de Chile	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Avión	<b>69,2</b>	77,1	79,0	55,0	73,2	62,5	<b>85,3</b>	<b>80,7</b>	<b>59,1</b>
Bus	<b>30,7</b>	22,9	21,0	45,0	26,8	37,4	<b>14,6</b>	<b>19,3</b>	<b>32,9</b>
Taxi/colectivo	<b>0,1</b>	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>8,0</b>
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								
Uso vehículo	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Si	<b>0,4</b>	0,2	0,3	0,5	0,4	0,4	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>26,2</b>
No	<b>99,6</b>	99,8	99,7	99,5	99,6	99,6	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>73,8</b>
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								
Uso de paquete turistico	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Si	<b>7,7</b>	9,1	4,6	7,1	7,6	8,8	<b>2,2</b>	<b>5,9</b>	<b>6,0</b>
No	<b>92,3</b>	90,9	95,4	92,9	92,4	91,2	<b>97,8</b>	<b>94,1</b>	<b>94,0</b>
<b>Total</b>	<b>100,0</b>								
Componentes del paquete turistico	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Pasajes Internacionales	<b>84,6</b>	74,5	82,6	78,3	93,9	89,4	<b>47,7</b>	<b>76,9</b>	<b>84,6</b>
Alojamiento	<b>72,6</b>	74,5	51,7	90,9	67,7	71,3	<b>52,3</b>	<b>81,2</b>	<b>86,4</b>
Alimentación	<b>37,8</b>	42,5	14,4	74,5	23,1	32,0	<b>0,0</b>	<b>32,0</b>	<b>43,5</b>
Transporte local/traslados	<b>89,4</b>	96,7	78,1	100,0	96,6	83,0	<b>83,8</b>	<b>92,7</b>	<b>87,3</b>
City tour	<b>59,2</b>	64,6	37,1	80,2	58,8	54,6	<b>19,9</b>	<b>76,0</b>	<b>68,1</b>
Otros	<b>20,6</b>	21,4	24,8	21,8	18,4	19,5	<b>48,5</b>	<b>21,7</b>	<b>17,8</b>
Actividades Realizadas	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Bañarse en la playa	<b>9,5</b>	8,6	6,5	15,4	5,9	9,7	<b>3,4</b>	<b>12,3</b>	<b>21,0</b>
Otras actividades de playa	<b>12,0</b>	11,8	9,4	15,0	7,9	13,3	<b>7,9</b>	<b>22,3</b>	<b>18,3</b>
Deportes aventura	<b>3,6</b>	1,8	1,4	6,9	5,1	3,5	<b>3,2</b>	<b>3,3</b>	<b>1,1</b>
Ascensiones/trekking en montaña	<b>22,5</b>	24,8	11,4	25,7	27,7	23,4	<b>14,8</b>	<b>28,2</b>	<b>7,7</b>
Ski/snowboard	<b>2,0</b>	0,6	0,5	7,5	1,3	1,1	<b>0,0</b>	<b>1,0</b>	<b>2,0</b>
Otros deportes de montaña	<b>7,2</b>	8,2	3,5	9,6	11,0	6,3	<b>9,7</b>	<b>10,1</b>	<b>2,6</b>
Visita a parques/reservas nacionales	<b>39,8</b>	48,6	26,4	42,0	44,0	39,9	<b>25,0</b>	<b>48,3</b>	<b>22,0</b>
Observacion de flora y fauna	<b>35,3</b>	37,3	24,2	35,8	38,2	38,4	<b>30,7</b>	<b>43,5</b>	<b>23,1</b>
Participacion en festivales/eventos artisticos	<b>2,6</b>	2,1	3,5	3,5	1,8	2,1	<b>1,4</b>	<b>2,9</b>	<b>2,3</b>
Participacion en eventos deportivos	<b>1,0</b>	2,1	0,3	1,7	1,1	0,5	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,7</b>
Visita a museos/centros historicos y de artes	<b>40,8</b>	45,4	29,6	46,5	51,8	37,9	<b>31,3</b>	<b>52,9</b>	<b>34,2</b>
Actividades religiosas y de congregacion	<b>1,5</b>	2,0	0,4	3,7	0,2	1,3	<b>0,0</b>	<b>1,3</b>	<b>1,2</b>
City tour	<b>14,9</b>	21,7	12,5	13,8	17,0	13,0	<b>19,3</b>	<b>19,3</b>	<b>9,7</b>
Cruceros (de mas de un dia de duracion)	<b>2,4</b>	3,3	0,0	7,0	2,8	1,0	<b>1,4</b>	<b>1,0</b>	<b>0,6</b>
Baños termales	<b>8,9</b>	13,5	6,8	10,1	7,1	7,9	<b>5,2</b>	<b>7,6</b>	<b>5,2</b>
Excursiones nauticas	<b>11,9</b>	14,9	12,1	12,4	14,5	9,4	<b>9,1</b>	<b>15,7</b>	<b>7,3</b>
Rutas de interes tematico	<b>6,2</b>	6,0	4,4	5,0	10,3	6,4	<b>19,4</b>	<b>6,2</b>	<b>4,6</b>
Otras actividades	<b>22,2</b>	25,4	12,9	24,3	26,8	22,6	<b>12,6</b>	<b>22,7</b>	<b>23,8</b>
No realiza actividades	<b>29,2</b>	23,1	44,4	23,0	24,8	29,2	<b>41,9</b>	<b>23,3</b>	<b>31,7</b>

CARACTERÍSTICAS	EUROPA	ALEMANIA	ESPAÑA	FRANCIA	INGLATERRA	O.EUROPA	ASIA	O.MUNDO	TOTAL
Principales razones para elegir a Chile como destino turístico (Base: Motivo del viaje= Vacaciones)	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Atractivos naturales/paisajes	<b>77,1</b>	75,5	73,8	81,1	78,3	76,4	<b>66,5</b>	<b>64,2</b>	<b>71,5</b>
Atractivos culturales	<b>38,7</b>	41,9	28,6	36,7	55,2	34,7	<b>43,4</b>	<b>44,3</b>	<b>36,1</b>
Precios	<b>3,1</b>	2,2	1,9	4,0	2,6	3,5	<b>0,0</b>	<b>2,1</b>	<b>8,0</b>
Distancia	<b>3,9</b>	3,0	7,2	2,7	3,2	4,4	<b>0,0</b>	<b>3,7</b>	<b>24,9</b>
Sensación de seguridad del país	<b>5,8</b>	4,9	3,8	11,5	3,6	4,7	<b>0,0</b>	<b>3,9</b>	<b>14,8</b>
Clima	<b>8,0</b>	10,5	3,2	12,3	4,7	7,0	<b>5,1</b>	<b>3,4</b>	<b>16,5</b>
Conocer por primera vez	<b>48,4</b>	49,5	54,2	52,0	43,5	46,4	<b>77,0</b>	<b>47,4</b>	<b>28,7</b>
Conocer lugares pendientes	<b>7,0</b>	6,5	9,9	1,4	8,8	8,7	<b>12,0</b>	<b>10,1</b>	<b>10,9</b>
Otras	<b>7,9</b>	5,8	5,7	12,0	6,0	8,2	<b>8,9</b>	<b>15,8</b>	<b>6,3</b>
Lugares Visitados (%)	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Arica	<b>5,8</b>	7,5	3,3	6,3	3,8	6,6	<b>2,0</b>	<b>4,3</b>	<b>20,2</b>
Putre-Lago Chungara	<b>3,5</b>	4,1	2,5	4,9	2,0	3,5	<b>1,1</b>	<b>0,6</b>	<b>0,8</b>
Iquique - Salitreras - Pica - Matilla	<b>3,6</b>	4,1	2,1	2,9	3,8	4,3	<b>2,5</b>	<b>4,6</b>	<b>2,1</b>
Antofagasta - Calama	<b>6,6</b>	8,7	6,0	4,2	4,0	7,7	<b>5,7</b>	<b>3,6</b>	<b>2,1</b>
Valle de la Luna - San Pedro de Atacama - Geysers del Tatio	<b>16,1</b>	21,5	10,0	17,7	18,8	15,0	<b>14,5</b>	<b>17,2</b>	<b>3,9</b>
La Serena - Coquimbo - Valle del Elqui - Vicuña	<b>8,3</b>	9,5	6,2	9,4	9,5	7,9	<b>9,1</b>	<b>14,1</b>	<b>3,8</b>
Isla de Pascua	<b>2,6</b>	3,3	1,8	4,2	2,1	2,2	<b>3,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,6</b>
Valparaíso - Viña del Mar	<b>28,4</b>	24,4	24,1	44,1	26,6	25,5	<b>17,6</b>	<b>34,6</b>	<b>17,4</b>
Otros sectores costeros de la región de Valparaíso	<b>3,9</b>	2,7	4,7	5,2	4,5	3,3	<b>0,7</b>	<b>1,7</b>	<b>3,0</b>
Centros invernales (farellones, portillo, etc)	<b>1,8</b>	0,3	0,3	6,3	0,7	1,4	<b>0,0</b>	<b>1,5</b>	<b>0,8</b>
Santiago y alrededores	<b>67,2</b>	64,7	72,3	72,9	68,3	63,0	<b>70,2</b>	<b>71,0</b>	<b>41,9</b>
Rutas del vino	<b>0,6</b>	0,7	0,4	1,2	1,0	0,3	<b>0,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>
Costa de Pichilemú a Constitución	<b>0,9</b>	2,7	0,2	0,6	0,6	0,7	<b>2,0</b>	<b>3,5</b>	<b>0,5</b>
Concepción - área costera del Bio - Bio	<b>5,1</b>	5,6	7,5	4,4	4,8	4,3	<b>8,9</b>	<b>2,2</b>	<b>2,4</b>
Pucón - Villarrica - Lican Ray - Caburga	<b>13,2</b>	13,4	5,8	7,0	16,4	18,3	<b>8,5</b>	<b>9,1</b>	<b>5,6</b>
Valdivia - sector costero de Corral y Niebla	<b>8,9</b>	9,8	7,9	8,9	10,0	8,6	<b>10,3</b>	<b>9,3</b>	<b>7,5</b>
Osorno y alrededores	<b>7,9</b>	10,7	4,7	5,2	10,2	8,7	<b>5,6</b>	<b>13,3</b>	<b>9,8</b>
Puerto Montt - Pto. Varas - P.N Pérez Rosales	<b>18,5</b>	23,0	16,1	22,4	17,4	16,4	<b>15,0</b>	<b>23,2</b>	<b>14,1</b>
Isla de Chiloé	<b>6,2</b>	7,4	6,5	11,8	3,2	3,9	<b>0,7</b>	<b>8,7</b>	<b>3,4</b>
Carretera Austral - Futaleufú - Palena	<b>2,2</b>	1,2	0,7	6,9	1,5	1,3	<b>0,0</b>	<b>4,3</b>	<b>0,5</b>
Torres del Paine	<b>7,5</b>	9,0	3,3	15,2	10,5	4,5	<b>1,2</b>	<b>1,4</b>	<b>1,4</b>
Punta Arenas	<b>8,2</b>	10,3	3,6	13,1	9,2	6,8	<b>0,8</b>	<b>1,7</b>	<b>1,5</b>
Otras	<b>11,1</b>	10,9	9,6	12,3	9,2	11,8	<b>6,3</b>	<b>3,8</b>	<b>3,5</b>

CARACTERÍSTICAS	EUROPA	ALEMANIA	ESPAÑA	FRANCIA	INGLATERRA	O.EUROPA	ASIA	O.MUNDO	TOTAL
Ciudad de Residencia	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Berlin	<b>0,9</b>	5,4	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>
Frankfurt	<b>2,0</b>	12,3	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,3</b>
Hamburgo	<b>2,3</b>	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,3</b>
Munich	<b>2,2</b>	13,3	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,3</b>
Otras ciudades	<b>8,9</b>	54,8	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>1,2</b>
Barcelona	<b>3,4</b>	0,0	20,1	0,0	0,0	0,0	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,4</b>
Madrid	<b>5,8</b>	0,0	33,8	0,0	0,0	0,0	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,7</b>
Otras ciudades	<b>7,9</b>	0,0	46,2	0,0	0,0	0,0	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>1,0</b>
París	<b>6,6</b>	0,0	0,0	39,1	0,0	0,0	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,9</b>
Otras ciudades	<b>10,3</b>	0,0	0,0	60,9	0,0	0,0	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>1,3</b>
Londres	<b>7,3</b>	0,0	0,0	0,0	61,9	0,0	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,9</b>
Otras ciudades	<b>4,5</b>	0,0	0,0	0,0	38,1	0,0	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,6</b>
Otras ciudades de Europa	<b>37,9</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>4,9</b>
Beijing	<b>0,9</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>0,9</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Hong kong	<b>4,9</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>4,9</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>
Shangai	<b>8,3</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>8,3</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>
Tokio	<b>16,2</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>16,2</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>
Otra Ciudad de Asia	<b>69,6</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	<b>69,6</b>	<b>0,0</b>	<b>0,7</b>