

# Comportamiento del Turismo Receptivo - Año 2009

Estadísticas de Turismo  
Depto. de Planificación - [www.sernatur.cl](http://www.sernatur.cl)





## *Servicio Nacional de Turismo*

Departamento de Planificación  
Unidad de Análisis Económico y Estadísticas  
Avenida Providencia 1550  
Teléfono (56 2) 7318300 – Fax 2642616

Publicado en Santiago de Chile, año 2010  
Permitida su reproducción citando fuente.

## ÍNDICE

|          |  |           |
|----------|--|-----------|
| <b>1</b> | <b>RESUMEN EJECUTIVO</b>   | <b>5</b>  |
| <b>2</b> | <b>CARACTERÍSTICAS GENERALES</b>                                 | <b>6</b>  |
| 2.1      | Resumen coyuntural 2009  | 6         |
| 2.2      | Evolución del turismo receptivo en Chile                         | 7         |
| 2.3      | Aporte del turismo a la economía del país                        | 8         |
| 2.4      | Posicionamiento turístico de Chile en la zona de América del Sur | 9         |
| 2.5      | Principales mercados emisores                                    | 10        |
| <b>3</b> | <b>CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA QUE VISITA CHILE</b>              | <b>12</b> |
| 3.1      | Estacionalidad de las llegadas                                   | 12        |
| 3.2      | Principales vías de acceso a Chile                               | 13        |
| 3.3      | Principal motivo del viaje                                       | 13        |
| 3.4      | Edad y género  | 15        |
| 3.5      | Fidelidad respecto de Chile                                      | 16        |
| 3.6      | Medios de información acerca de Chile                            | 16        |
| 3.7      | Organización del viaje   | 17        |
| 3.8      | Servicios utilizados   | 18        |
| 3.9      | Estructura del gasto realizado en Chile                          | 19        |
| 3.10     | Otras características del turista extranjero                     | 20        |
| <b>4</b> | <b>PRINCIPALES MERCADOS TURÍSTICOS</b>                           | <b>22</b> |
| 4.1      | Países Fronterizos   | 22        |
| 4.2      | Norteamérica   | 22        |
| 4.3      | Europa   | 23        |
| 4.4      | Características comparativas                                     | 23        |
| <b>5</b> | <b>PRINCIPALES MERCADOS EMISORES</b>                             | <b>27</b> |
| 5.1      | Argentina  | 27        |
| 5.2      | Bolivia  | 31        |
| 5.3      | Perú   | 35        |
| 5.4      | Brasil   | 38        |

|               |  |           |
|---------------|--|-----------|
| 5.5           | Estados Unidos   | 43        |
| 5.6           | Canadá y México  | 49        |
| 5.7           | España   | 53        |
| 5.8           | Alemania   | 55        |
| 5.9           | Francia  | 57        |
| 5.10          | Inglaterra   | 59        |
| <b>ANEXOS</b> |  | <b>62</b> |
|               | Cuadro N° 1 Llegada de visitantes, permanencia promedio, gasto promedio diario individual, gasto promedio total e ingreso de divisas, según el país de residencia. Anual y trimestral.               | 62        |
|               | 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.            | 65        |
|               | 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 2009. | 66        |
|               | 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. Anual y trimestral.             | 68        |
|               | Cuadro N° 5 Características del turista residente en América y que visita Chile, según país de residencia.   | 70        |
|               | Cuadro N° 6 Características del turista residente en Europa y otras partes del mundo que visita Chile, según país de residencia.   | 76        |

## 1 RESUMEN EJECUTIVO

En el año 2009 la llegada de turistas al país se incrementó en un 1,8% respecto del año anterior, lo que significó 48.952 más que el año 2008, esto es 2.759.067<sup>1</sup> llegadas anuales. Éstas se distribuyen de la siguiente forma: el 83,0% corresponden a turistas provenientes de América, 13,5% de Europa, 1,0% de Asia y 2,5% del Resto del Mundo.

El aporte al crecimiento experimentado en el total del número de llegadas de turistas extranjeros se produjo mayoritariamente en América con un 4,1%. Muy por el contrario, tanto Europa como Asia presentaron una baja de un -7,5% y -11,8%, respectivamente, en relación al año anterior. De los turistas llegados desde el continente Americano, el 60,1% proviene de los países limítrofes, con un crecimiento del 9,5%, y el 7,8% de Brasil, con un decrecimiento del -17,5%.

Las divisas generadas por los turistas residentes en el extranjero que demandaron bienes y servicios turísticos en Chile, llegaron a los 1.977,8 millones de dólares, lo que representa una baja del 2,6%, en valores nominales con respecto al año anterior. Este ingreso de divisas se desglosa en 1.573,7 millones de dólares aportado por los turistas, lo que en términos nominales significa un 2,7% menos que el año anterior; 30,1 millones de dólares por los excursionistas y 374,1 millones de dólares por transporte internacional de aerolíneas y buses.

En el caso de los turistas, tanto la permanencia promedio (9,2 días) como el gasto promedio diario individual (61,7 dólares) tuvieron cifras muy similares a las del año pasado.

La frontera con Argentina y los aeropuertos son las principales puertas de entradas a nuestro país, con un 43,6% y un 37,3%, respectivamente. Santiago y sus alrededores es el destino más visitado por los turistas extranjeros con un 44,9%, seguido de Valparaíso y Viña del Mar con un 21,4%.

Los principales motivos de viaje de los turistas que nos visitaron el 2009 son las vacaciones, alcanzando el 43,5%, la visita a familiares y amigos con un 24,4% y el motivo de negocios (negocios, congresos / seminarios y motivos profesionales) con un 25,9%. A su vez, el motivo vacaciones es la principal motivación de los viajeros provenientes de Europa, Norteamérica y los países limítrofes con Chile, siendo de 55,0%, 36,7% y 39,6% respectivamente.

---

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

## 2 CARACTERÍSTICAS GENERALES

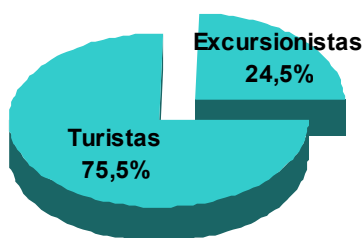
### 2.1 Resumen coyuntural 2009

Los visitantes que llegan a Chile pueden ser turistas o excursionistas. Se llama turistas a los visitantes que a lo menos pernoctan una noche en el país y excursionistas a quienes lo visitan sólo por el día, sin pernoctar.

En el año 2009, el total de visitantes que ingresaron al país fue de 3.656.034, de los cuales el 75,5% corresponden a turistas y el 24,5% a excursionistas.

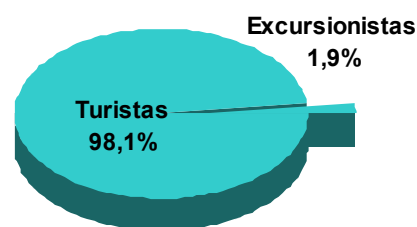
Esta estructura cambia cuando se analiza el ingreso de divisas. De un total de aproximadamente 1.603,8 millones de dólares ingresados al país, el 98,1% es realizado por turistas y solo el 1,9% por excursionistas.

Gráfico 1. Distribución de los visitantes según su tipología  
Porcentajes. Año 2009.



*"2.759.067 turistas visitaron Chile el año 2009, un 1,8% más que el año 2008"*

Gráfico 2. Divisas generadas por los visitantes según su tipología  
Porcentajes. Año 2009.



*"El ingreso de divisas aportado por los visitantes llegó a los 1.603,8 millones de dólares"*

Si al monto de 1.603,8 millones de dólares que dejaron en nuestro país los visitantes extranjeros durante el año 2009, se agrega el ingreso percibido por empresas de transportes chilena (aéreas y terrestres) que utilizaron los no residentes para venir a Chile, se llega a un total de ingreso de divisas para el año 2009 de 1.977,8 millones de dólares lo cual representa una baja, en valores nominales del -2,6% con respecto al año anterior.

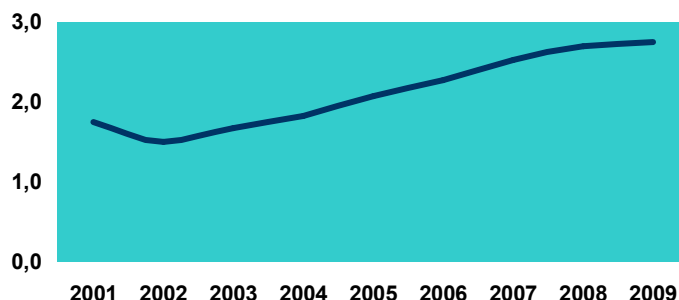
En cuanto al gasto promedio diario individual realizado por los turistas, el año 2009 la cifra fue de 61,7 dólares, lo que representa un incremento de 1,4% con respecto al año anterior. El gasto medio total del viaje se situó en los 570,4 dólares, cifra un -4,4% menor a la del año 2008, en dólares de cada año. En el caso de los excursionistas, estos registraron un gasto durante el día de permanencia de 33,5 dólares.

Por otro lado, la estadía promedio disminuyó de 9,8 días en el año 2008 a 9,2 días en el 2009.

## 2.2 Evolución del turismo receptivo en Chile

A partir del año 2001, el volumen de turistas ingresados al país se mide según el país de residencia, o sea que incluye a chilenos que residen en el extranjero. Lo anterior marca la diferencia con la cifra de población de turistas entregada por la Jefatura de Policía Internacional, la cual efectúa la medición de acuerdo a la nacionalidad del turista y que sirve de insumo para el procesamiento de la población final según residencia.

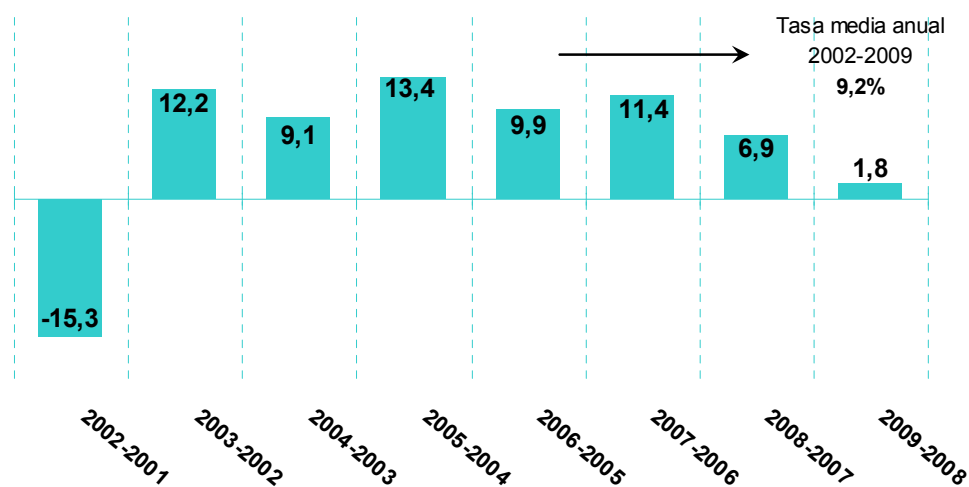
Gráfico 3. Evolución de la llegada de turistas al país, según país de residencia  
*Serie 2001-2009. Millones de turistas.*



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

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 vivieron 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 año 2009, la evolución del turismo en Chile muestra un crecimiento promedio anual en torno al 9,2%, lo cual da cuenta de una estabilización en el ritmo de llegadas de turistas y de un crecimiento sostenido de las mismas.

Gráfico 4. Variación porcentual de llegada de turistas al país, según país de residencia  
*Variaciones porcentuales bi-anales. Periodo 2001 - 2009.*



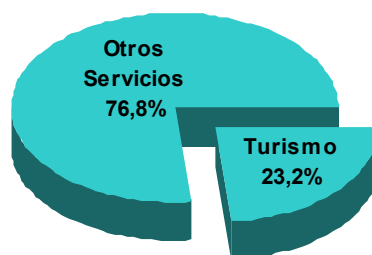
FUENTE: Estudio Nueva Medición del Turismo Receptivo 2001 - 2008, y Estudio del Turismo Receptivo 2009. SERNATUR.



## 2.3 Aporte del turismo a la economía del país

El ingreso de divisas por concepto de turismo receptivo, 1.977,8 millones de dólares, corresponde al 23,2% de las exportaciones que recibe el país por concepto de prestación de servicios, que el año 2009 llegó a los 8.507,0 millones de dólares<sup>2</sup>.

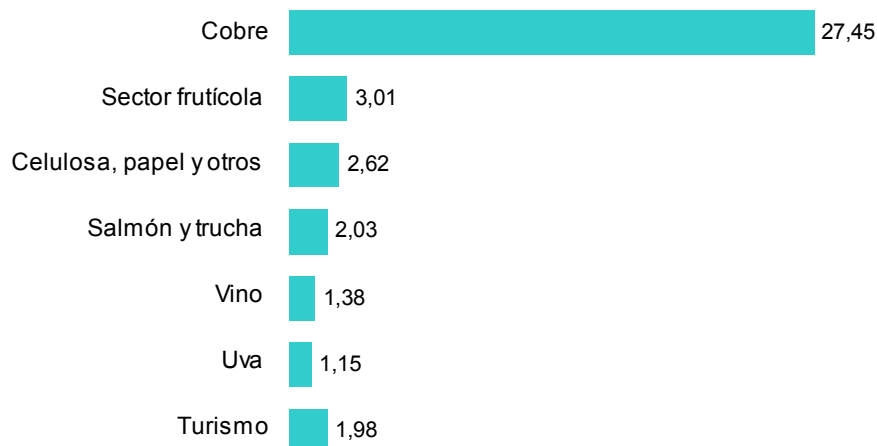
Gráfico 5. Aporte del turismo a la exportación de servicios  
Porcentajes. Año 2009.



FUENTES: Estudio del Turismo Receptivo 2009, SERNATUR. Balanza de Pagos del Banco Central de Chile, 2009.

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 6. Comparación entre turismo y exportación de bienes tradicionales  
Miles de millones de dólares. Año 2009.



FUENTES: Estudio del Turismo Receptivo 2009, SERNATUR. Balanza de Pagos del Banco Central de Chile, 2009.

<sup>2</sup> Cifras Balanza Pagos. Banco Central de Chile 2009.



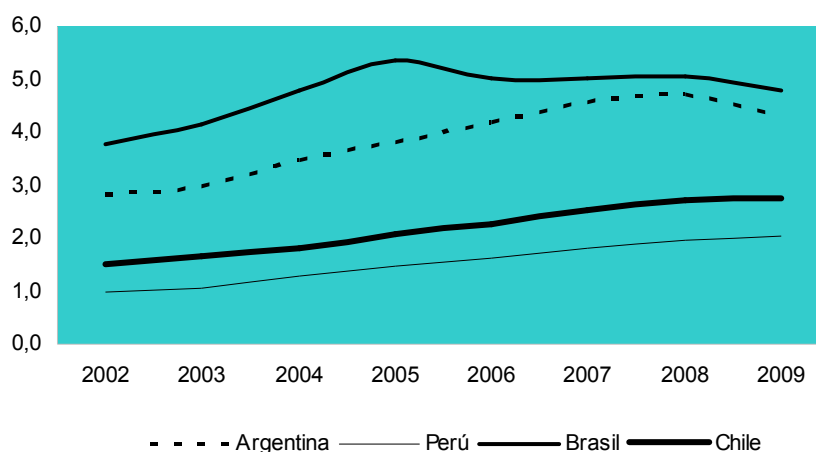
## 2.4 Posicionamiento turístico de Chile en la zona de América del Sur

El turismo en Chile ha experimentado un crecimiento sostenido desde el año 2002, a tasa media anual aproximada del 9,2%, tal como se mostró anteriormente en el gráfico 4. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) las llegadas internacionales cayeron de 920 a 880 millones, como resultado del menor flujo de turistas durante los tres primeros trimestres del año alcanzando éstas un retroceso de un -10,0%, -7,0% y -2,0% respectivamente. Contrariamente el último trimestre del año mostró señales de recuperación, revirtiendo la tendencia a la baja y creciendo un 2,0%, lo que evitó que la caída anual fuera aún mayor. En un comunicado de prensa<sup>3</sup> hecho por la OMT se hace mención de la baja que experimentó la Región de las Américas en la llegada de turistas internacionales (-5,0%) y que el Caribe volvió a la senda del crecimiento en los últimos cuatro meses de 2009. El resultado fue más débil en otras subregiones, ya que el brote de la gripe AH1N1 agravó el impacto provocado por la crisis económica.

Esta menor actividad en el turismo internacional esta explicada por la depresión económica mundial (-0,8% según el FMI), el pobre desempeño del turismo de negocios, la sustitución de turismo internacional por turismo doméstico (interno), y la detección de la pandemia AH1N1.

Gráfico 7. Evolución de llegada de turistas extranjeros a Argentina, Perú, Brasil y Chile en los últimos siete años

Millones de turistas. Serie 2002-2009



FUENTE: Cifras 2002-2009: Argentina, Secretaria de Turismo; Brasil, EMBRATUR; Perú, MINCETUR; y Chile, SERNATUR.

La tasa media anual de la llegada de turistas extranjeros a estos países, período 2002 - 2009, muestra a Chile creciendo a una tasa del 9,2%, cifra que se encuentra únicamente por debajo de Perú (tasa del 10,6%) y por encima de Argentina y Brasil, con una tasa del 6,2% y 3,5%, respectivamente.

<sup>3</sup> OMT, Medios de Comunicación: "El turismo internacional encarrilado hacia la recuperación después de un 2009 extraordinariamente difícil", Madrid (España), 18 de enero de 2010

Los países de América del Sur aportan con un mayor volumen de llegadas de turistas extranjeros a Chile, 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 de larga distancia, que si bien aportan con un número de llegadas de turistas más bajo, realizan un mayor gasto por turista que los países sudamericanos.

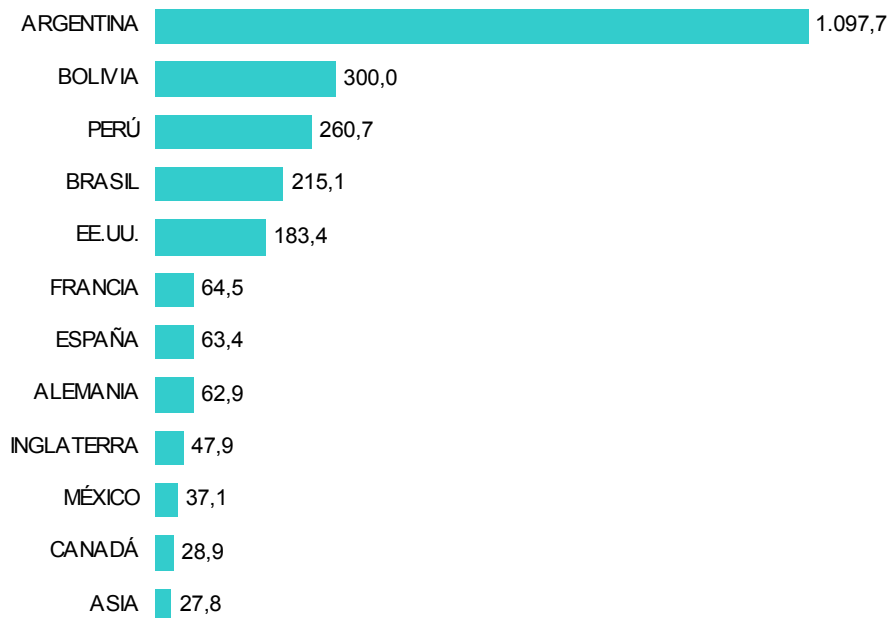
Lo anterior refuerza la tesis con respecto a que, desde el punto de vista de una estrategia de incremento en la generación de divisas, no basta con atraer un mayor volumen de turistas al país, si no que se deben focalizar como mercados meta aquellos que registran un mayor gasto y una mayor permanencia en el país receptor.

## 2.5 Principales mercados emisores

En lo que respecta a volumen de llegada de turistas, el mercado turístico chileno se encuentra muy concentrado en los tres países fronterizos: Argentina, Perú y Bolivia, aportando aproximadamente el 60,1% del total, 1,7 millones de llegadas. En este contexto, Argentina representó en este año un 39,8% del 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 Estados Unidos y Brasil, quienes concentran aproximadamente el 14,4% de las llegadas anuales, lo que equivale a 398,4 mil arribos. A su vez, Francia, España, Alemania e Inglaterra, en su conjunto aportan con 238,8 mil llegadas, lo que representa el 8,7% del total.

Gráfico 8. Ranking de los principales mercados emisores  
*Miles de llegadas. Cifras según país de residencia, año 2009.*

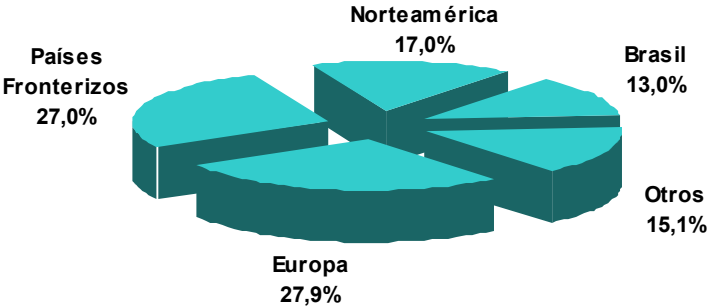


Si bien, los turistas provenientes de países fronterizos representan más de la mitad de las llegadas, su aporte de divisas es inferior respecto a los mercados de larga distancia. A su

vez, los mercados de Europa y Norteamérica concentran la mayor parte del ingreso de divisas generadas durante el año 2009, contribuyendo en su conjunto con el 44,9%.

Gráfico 9. Distribución del ingreso de divisas según principales mercados  
*Cifras porcentuales año 2009.*

---



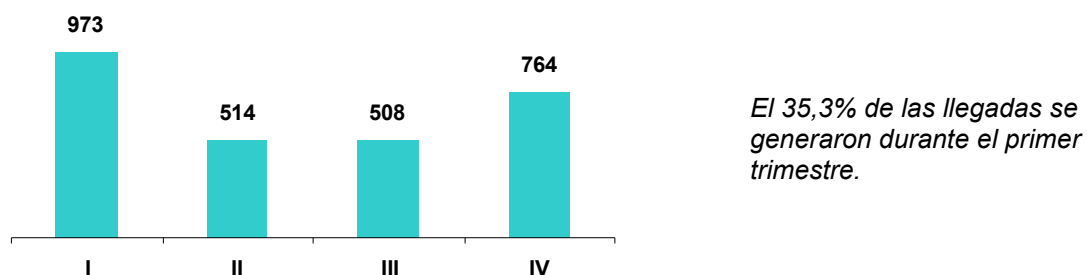
### 3 CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA QUE VISITA CHILE

#### 3.1 Estacionalidad de las llegadas

Históricamente el comportamiento turístico en Chile ha sido marcadamente estacional, predominando los períodos de verano y primavera por sobre el resto del año. De allí que durante el 2009, el 63,0% de las llegadas se generaron durante el primer y cuarto trimestre. En contraposición, durante las estaciones más lluviosas y frías, se generaron el 37,0% de las llegadas totales.

**Gráfico 10. Llegadas trimestrales de turistas extranjeros**

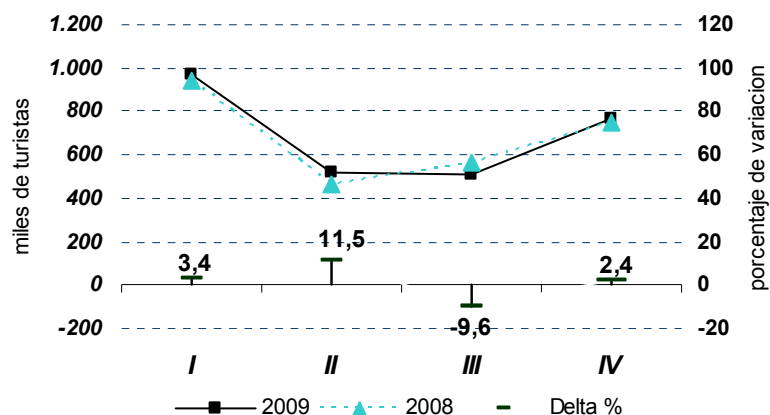
Miles de turistas según trimestre. Año 2009.



Comparativamente, el segundo trimestre presenta la mayor variación porcentual en las llegadas de turistas con respecto al año 2008, con un 11,5% de aumento. El primer y cuarto trimestre muestra un comportamiento muy parecido, con un incremento del 3,4% y 2,4%, respectivamente, mientras que en el tercer trimestre hubo una disminución en la llegada de turistas en un -9,6% en relación al año anterior.

**Gráfico 11. Comparación trimestral de llegada de turistas extranjeros**

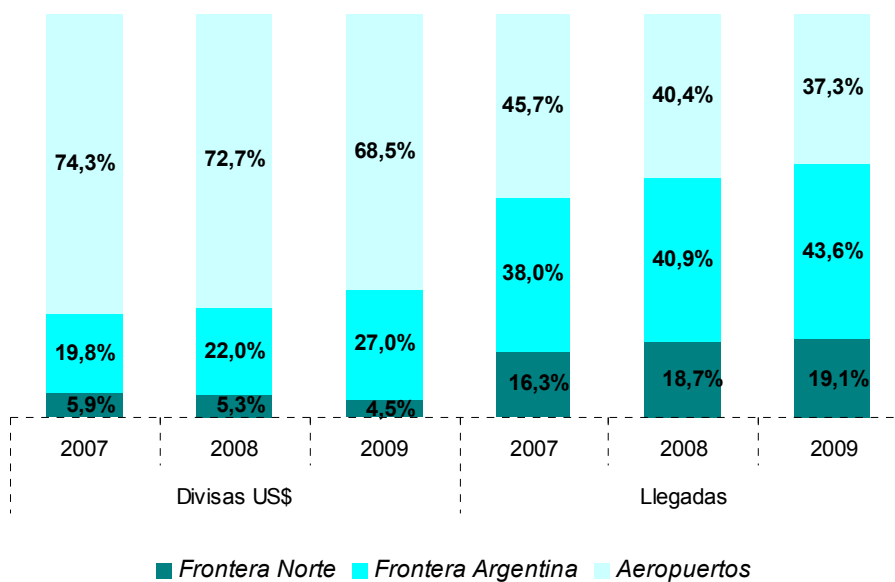
Miles de turistas y variación porcentual años 2009 – 2008



### 3.2 Principales vías de acceso a Chile

La llegada de turistas extranjeros vía Aeropuertos alcanza al 37,3% del total de llegadas, alcanzando una cuota de participación del 68,5% en el ingreso de divisas.

Gráfico 12. Comparación de la distribución de llegada de turistas y el ingreso de divisas, según lugar de entrada al país  
Porcentajes año 2009



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

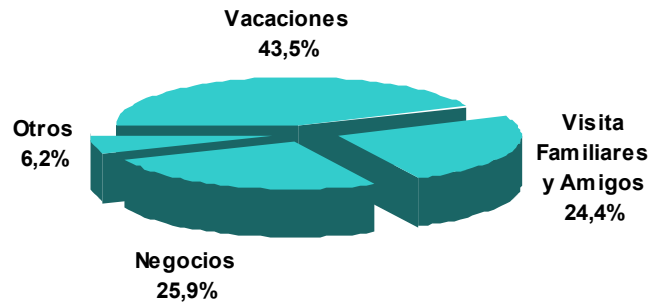
### 3.3 Principal motivo del viaje

El motivo principal del viaje es un factor clave al momento de clasificar el nivel de gasto de los turistas que vienen al país. En el caso de Chile, casi la mitad de los turistas vienen motivados principalmente por vacaciones, llegando al 43,5% del total, lo que en términos absolutos se traduce en aproximadamente en 1,2 millones de turistas, cantidad en un 8,8% menor a la del año 2008. El gasto medio total del viaje de un turista, por este motivo, aumentó en un 6,9% llegando a 614,0 dólares, con una permanencia promedio de 8,3 días.

Los motivos de negocios, congresos y profesionales representan el 25,9% del total de llegada de turistas, con un gasto medio por turista de 704,4 dólares (21,7% menos que el año anterior) y una permanencia de 6,4 días.

El motivo visitas a familiares y amigos representa el 24,4% de las llegadas a nuestro país, con un gasto medio total por turista de 363,2 dólares, 6,6% menos que el año anterior, y una permanencia de 12,5 días.

Gráfico 13. Llegada de turistas según principal motivo del viaje  
 Porcentajes año 2009

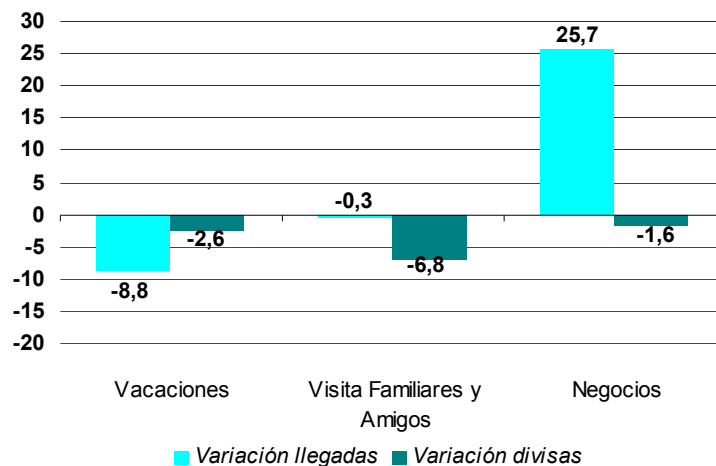


Respecto de la evolución general de la llegada de turistas según el motivo del viaje vacaciones, la llegada de turista disminuyó en un 8,8%, respecto al 2008, y las divisas para el año 2009 resultó ser un 46,8% del total, cifra que al ser comparada con la del año anterior presenta una disminución del -2,6%

De manera particular, las llegadas de turistas por motivos de negocios tuvieron un aumento del 25,7% con respecto al año anterior, generando el 32,0% del total de divisas, cifra que disminuyó en un -1,6% al 2008.

Las llegadas de turistas motivados por la visita a familiares y/o amigos, experimentó una baja del -0,3% respecto de 2008, al igual que el gasto medio total del viaje el cuál disminuyó en un -6,6%, situación que hizo que el ingreso de divisas entre un año y otro haya tenido una variación del -6,8%.

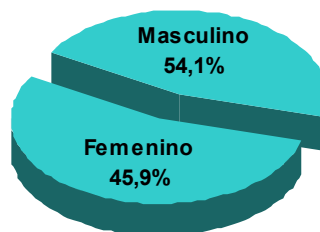
Gráfico 14. Variación de llegada de turistas e ingreso de divisas según motivo principal del viaje  
 Porcentajes comparativos 2009 –2008



### 3.4 Edad y género

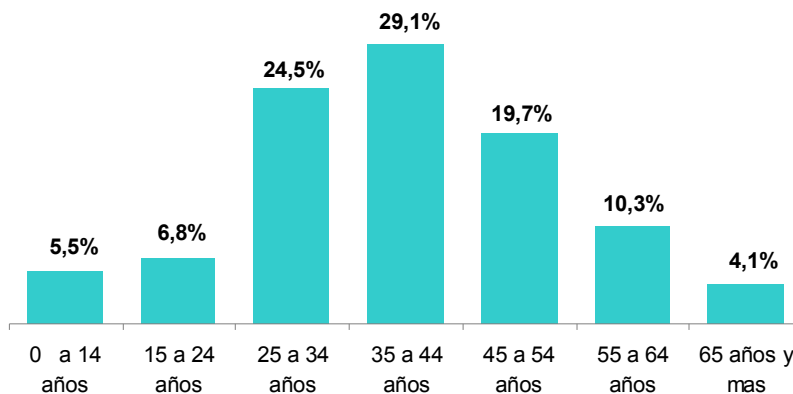
Durante el año 2009 más de la mitad de los turistas extranjeros que visitaron el país fueron varones. Es así como un 54,1% de las llegadas de turistas corresponde a personas del género masculino, mientras que el 45,9% restante corresponde a mujeres.

Gráfico 15. Distribución de los turistas según género  
*Cifras porcentuales año 2009.*



El 29,1% de los turistas llegados al país en el año 2009 se encuentran en un rango de edad entre los 35 y 44 años, correspondiente al tramo de edad con mayor cantidad de turistas extranjeros llegados a Chile, mientras que el rango etéreo con menor representatividad, 4,1%, contiene a personas de más de 65 años.

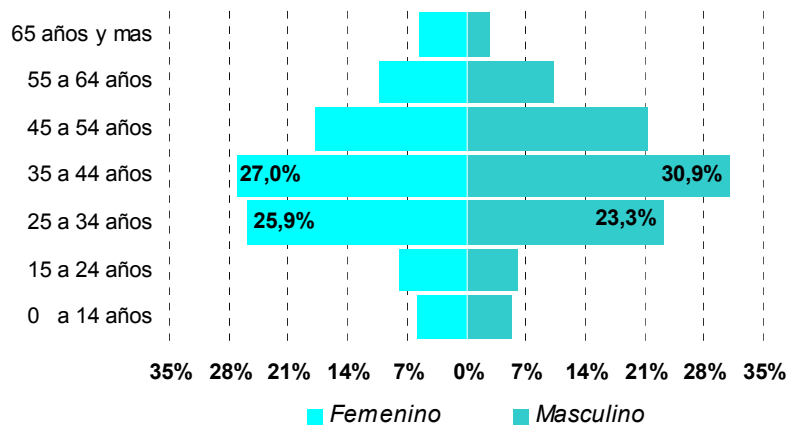
Gráfico 16. Composición del rango etéreo de los turistas extranjeros  
*Comparación porcentuales año 2009*



Al comparar el rango de edad según género la mayor cantidad de turistas llegados se situaron entre los 35 y 44 años de edad, en ambos géneros, con un 30,9% para hombres y 27,0% para mujeres.



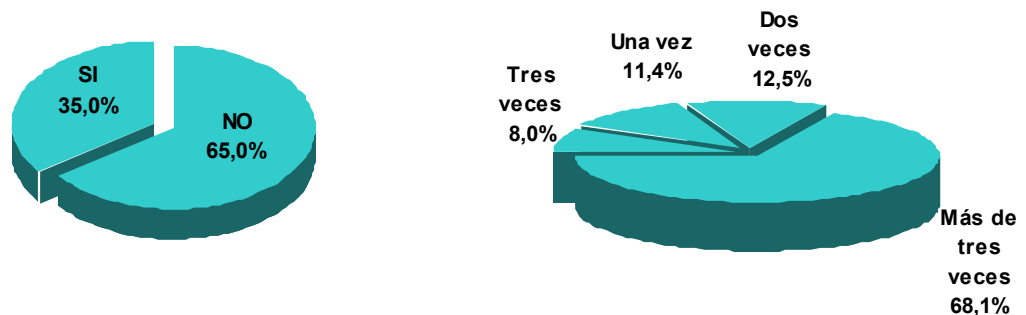
Gráfico 17. Comparación de los turistas según edad y género  
 Cifras porcentuales año 2009.



### 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 2009, el 65,0% de los turistas que visitaron el país declaran que ya habían visitado Chile anteriormente. De estos, el 68,1% lo ha visitado más de tres veces.

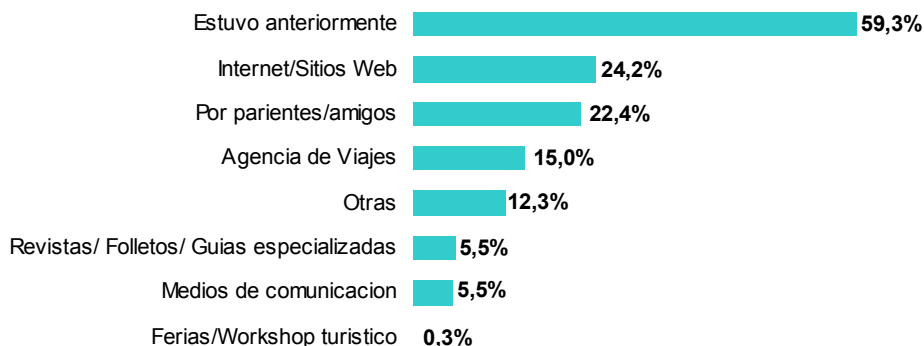
Gráfico 18. Proporción de turistas que visitan Chile por primera vez y cantidad de veces que han venido en otras ocasiones a Chile  
 Porcentajes y número de veces. Año 2009.



### 3.6 Medios de información acerca de Chile

De los turistas que visitaron el país durante el año 2009, un 59,3% de ellos lo hizo motivado por haber estado antes en el país. El 24,2% utilizó Internet para informarse acerca de Chile, mientras que un 22,4% se informó por medio de parientes o amigos.

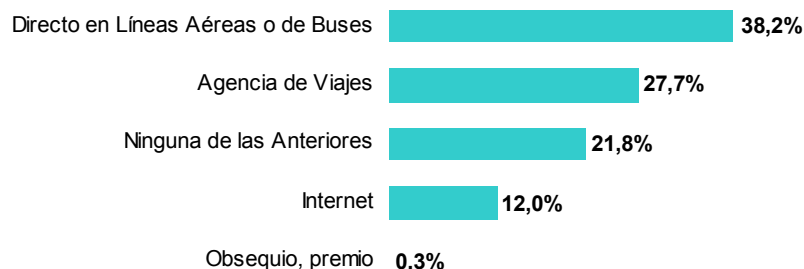
Gráfico 19. Medio para informarse respecto de Chile  
 Porcentajes año 2009.



### 3.7 Organización del viaje

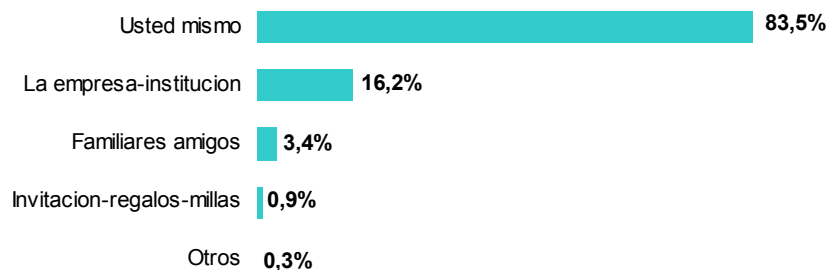
El 38,2% de los turistas adquirió su viaje directamente con proveedores (directo en líneas aéreas o buses). En cambio el 27,7% de los turistas utilizó una agencia de viaje de su país de residencia para llegar a Chile.

Gráfico 20. Medio a través del cual adquirió el viaje a Chile  
 Porcentajes año 2009.



La mayor parte de los turistas financian su viaje con el presupuesto individual o familiar (83,5%), mientras que el 16,2% es financiado por parte de una empresa y/o institución.

Gráfico 21. Forma de financiamiento del viaje  
 Porcentajes año 2009.



Un 89,1% de los turistas no contrata servicios a través de un paquete turístico en su país de residencia, mientras que el 10,9% restante si lo hace, contratando principalmente el alojamiento (95,2%), los pasajes internacionales (79,4%) y un city tour (76,8%), entre otros que se pueden apreciar en el gráfico.

Gráfico 22. Uso de paquete turístico  
Porcentajes año 2009.

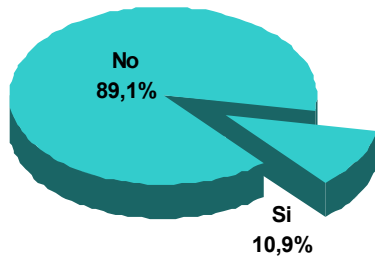
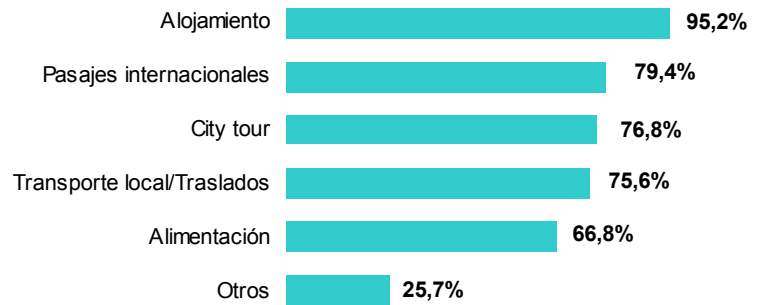


Gráfico 23. Componente del paquete turístico  
Porcentajes año 2009.

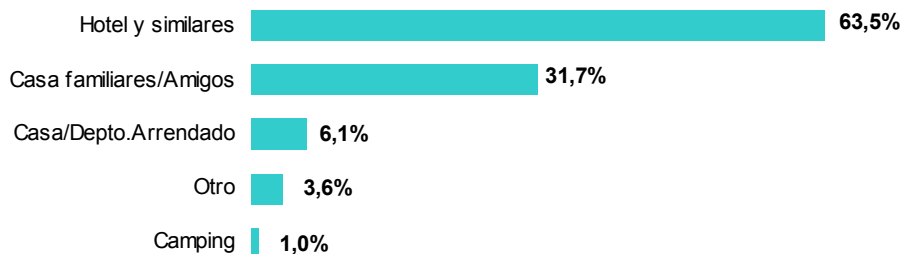


### 3.8 Servicios utilizados

#### 3.8.1 Servicios de alojamiento

Durante el año 2009, el porcentaje de turistas que alojaron en hoteles y similares fue de un 63,5%; el alojamiento en casas de familiares y amigos fue de un 31,7%; y los lugares arrendados (casa o departamento) obtuvo un 6,1%.

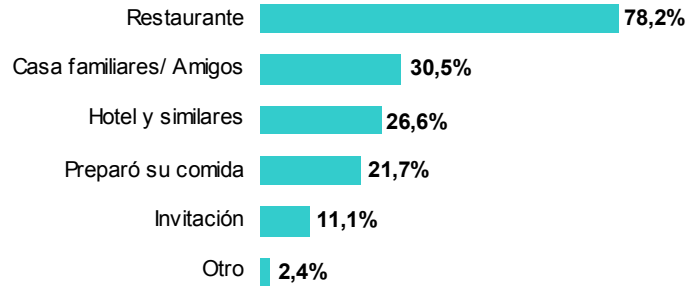
Gráfico 24. Uso de servicios de alojamiento turístico  
Porcentajes año 2009



#### 3.8.2 Servicios de alimentación

La mayoría de los turistas, un 78,2%, va a restaurantes por servicio de alimentación. Un 30,5% lo hace en casa de familiares o amigos, un 26,6% lo hace en el hotel en que se hospeda, un 21,7% prepara su propia comida durante la estancia en el país. Este último grupo representa por lo general al turista que posee un nivel de gasto menor a aquel que prefiere ir a un restaurante o hacerlo en el mismo hotel.

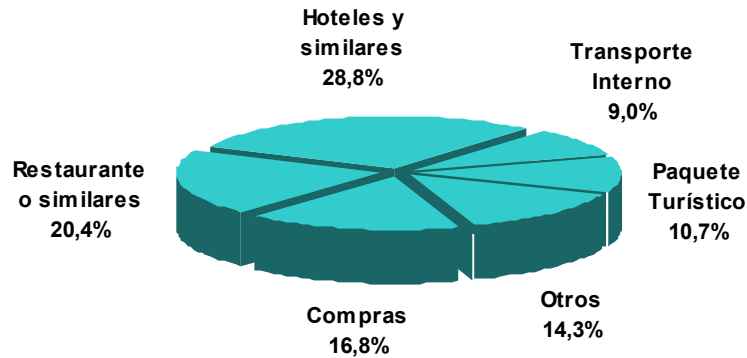
Gráfico 25. Uso de servicios de alimentación  
Porcentajes año 2009.



### 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  
Porcentajes año 2009.



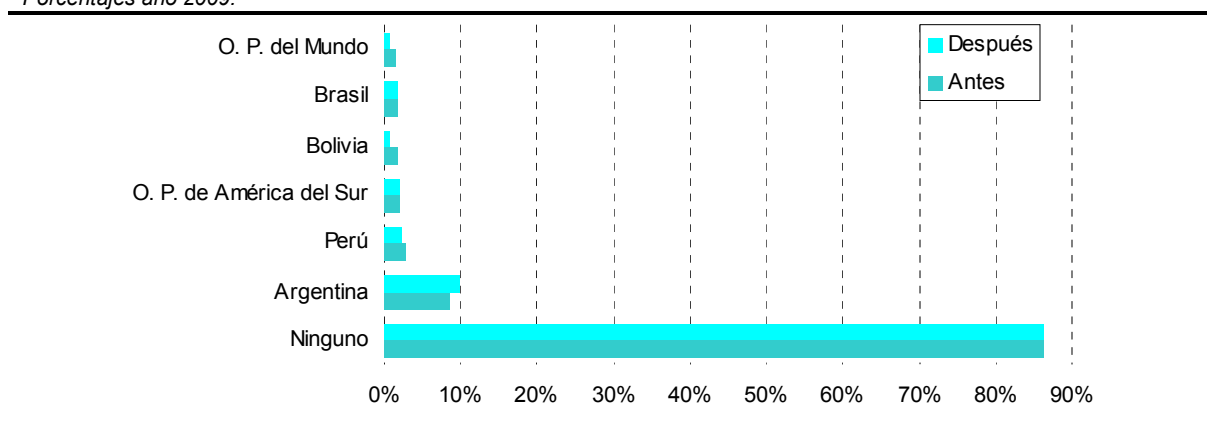
BASE: 1.573,7 millones de dólares

De los 1.573,7 millones de dólares que gastan los alrededor de 2,8 millones de turistas que ingresaron al país durante el año 2009, el 28,8% corresponde a gastos que realizan por concepto de alojamiento en hoteles, el 20,4% es utilizado en restaurantes, el 16,8% lo gastan en compras, el 10,7% en paquete turísticos (no incluyen pasajes ni comisión) y el 9,0% de su dinero lo ocupan en transporte interno, el cuál puede ser terrestre, marítimo y/o aéreo.

### 3.10 Otras características del turista extranjero

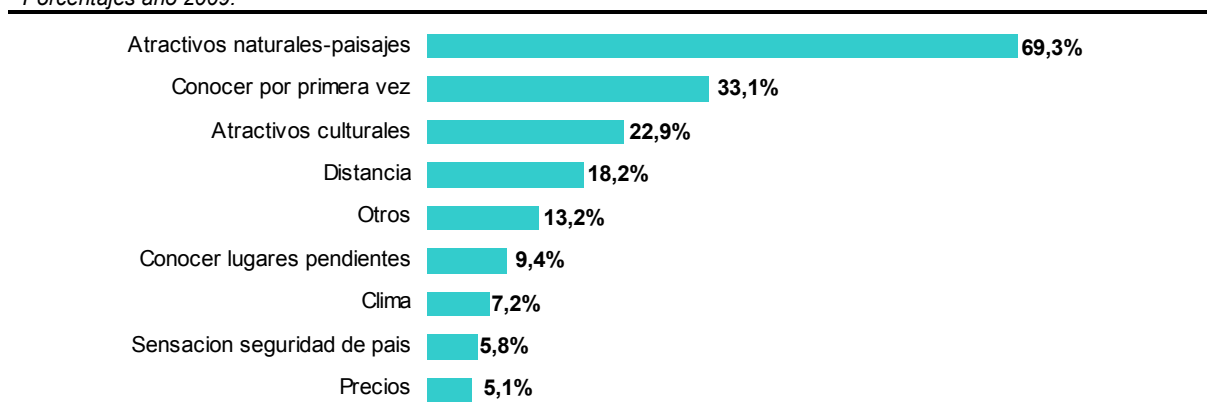
En el año 2009 el porcentaje de los turistas que vienen a Chile directamente desde su lugar de residencia alcanza el 86,3%. Este comportamiento se encuentra influenciado principalmente por el gran volumen de turistas provenientes de países fronterizos. En tanto, alrededor del 8,7% realiza escala en Argentina antes de venir a Chile, mientras que el 10% viaja a Argentina después de visitar Chile. El 2,3% viaja a Perú y el 1,8% viaja a Brasil después de visitar Chile.

Gráfico 27. Países visitados antes y después de la estadía en Chile  
Porcentajes año 2009.



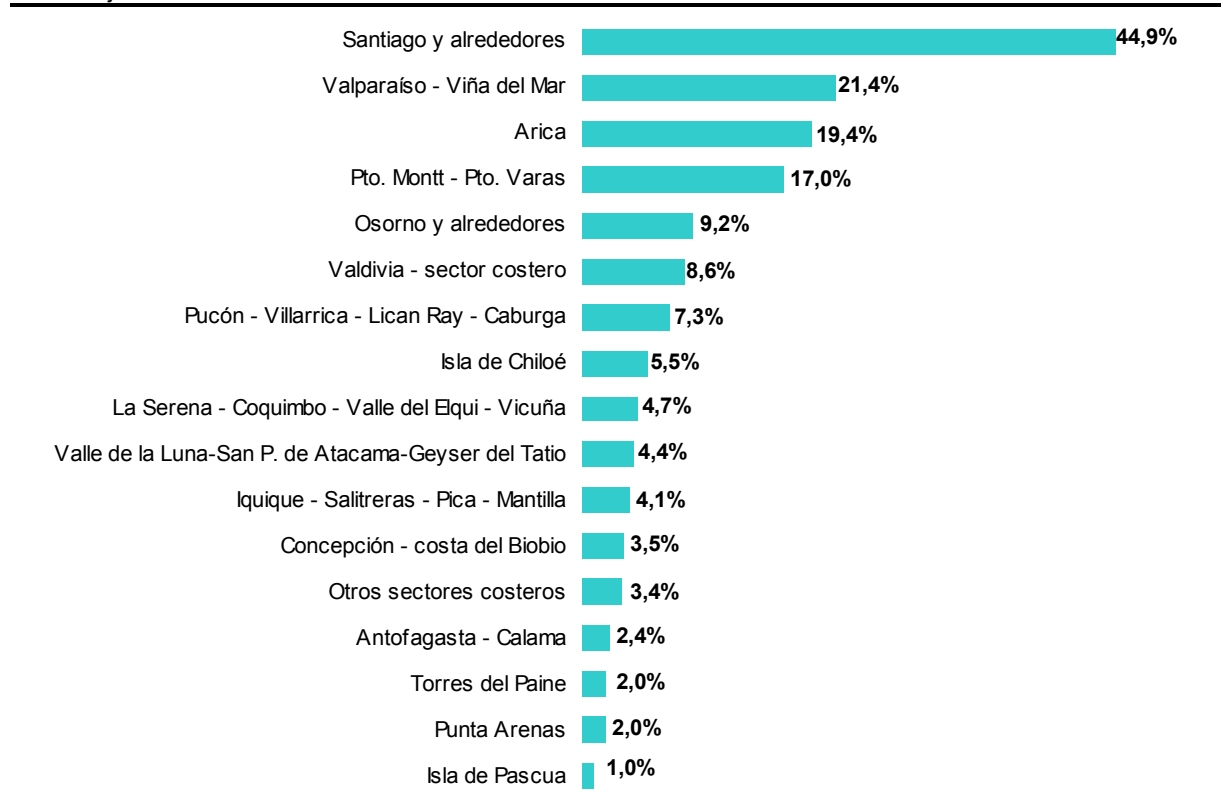
Durante el año 2009, aproximadamente 1,2 millones de turistas vinieron a Chile motivados principalmente por vacaciones. A su vez, la principal motivación para elegir a Chile como destino turístico, se relaciona con los atractivos naturales y paisajes, con el 69,3% del total. Un 33,1% de los turistas manifiesta que sólo desean conocer el país por primera vez. La motivación cultural representa el 22,9% del total de turistas llegados, mientras que la distancia es un factor importante de decisión para el 18,2% de los turistas. Cabe mencionar en este punto, que los turistas mencionan más de un motivo para visitar el país, dado que esta parte de la encuesta es de opinión, lo que también es válido para algunos de los aspectos que siguen.

Gráfico 28. Motivación principal de los turistas que visitan Chile por motivo de ocio-vacaciones  
Porcentajes año 2009.



Santiago, como capital del país, sigue siendo el principal destino de los turistas, con un 44,9%. Como segundo destino se encuentra el sector costero Valparaíso-Viña del Mar, con 21,4%. La ciudad de Arica en la Región de Arica y Parinacota, registra el tercer lugar en el ranking, concentrando el 19,4% del total de las visitas.

Gráfico 29. Principales destinos de los turistas dentro de Chile  
 Porcentajes año 2009.



## **4 PRINCIPALES MERCADOS TURÍSTICOS**

### **4.1 Países Fronterizos**

Este mercado esta compuesto por Argentina, Perú y Bolivia, los cuales históricamente concentran el mayor flujo turístico de extranjeros hacia el país. En el año 2009, el aporte de este mercado, en cuanto a llegada de turistas, representa mas de la mitad del total anual, llegando a un 60,1%, lo que equivale a 1.658.362 turistas, un 9,5% mayor que igual período del año anterior.

Por lo general los turistas provenientes de este mercado, pernoctan alrededor de una semana (6,5 días) con un gasto promedio total durante su estadía igual a 256,1 dólares, lo que representa una baja del -2,7% con respecto al gasto del año anterior. El nivel de gasto diario de los turistas de estos países sigue siendo relativamente bajo, llegando sólo a los 39,4 dólares, lo que se compara con la media total anual que es de 61,7 dólares. Aún así, esto significó un aumento en el nivel diario de gastos del 3% respecto al del año anterior.

El gran aporte al turismo receptivo, en términos de llegada de turistas de los países fronterizos (60,1%), no se ve reflejado respecto del ingreso de divisas, ya que representan sólo un 27% del total anual, lo que alcanzó en el año 2009 un monto de 424,8 millones de dólares, con un aumento en el ingreso de divisas del 6,6% respecto del período anterior.

Los que visitan Chile por vacaciones representan el 39,6% de los turistas y aportan el 46,2% de las divisas que recibe el país, esto es 196,3 millones de dólares. Los que vienen motivados por visita a familiares o amigos representan el 29,0% de los turistas y aportan el 17,7% de divisas, 75,2 millones de dólares. Quienes llegan por negocios representan el 24,1% de los turistas y aportan el 30% de las divisas de los turistas provenientes de estos países, unos 127,4 millones de dólares.

### **4.2 Norteamérica**

El mercado norteamericano comprendido por Estados Unidos, México y Canadá, concentró el 9,0% de las llegadas de turistas extranjeros, lo que significó 249.280 arribos, un 2,2% menos que el 2008 y aportaron con el 17,0% del total de divisas ingresadas al país.

En el año 2009, la estancia media del turista norteamericano fue de 12,8 días, alrededor de dos semanas, lo que representa casi 1 día menos en relación al año anterior. Es así, que el gasto medio total pasó de 1.212,5 dólares en 2008 a 1.072,3 dólares en 2009, lo que significó una baja del 11,6%. Se produce una disminución considerable en el ritmo de crecimiento experimentado en el ingreso de divisas, con una cifra de 267,3 millones de dólares, lo que significó una reducción del 13,5% en el período.

El principal motivo de viaje de los norteamericanos que vienen a Chile son los viajes de negocios, generando el 38,8% de las llegadas de estos turistas, lo que implica un ingreso de divisas de 117,2 millones de dólares y un 7,4% del total de ingreso de divisas. Siguen en importancia las vacaciones, con un 36,7% de las llegadas y un aporte de 88,1 millones de dólares y las visitas a familiares y amigos con un 19,0% de llegadas y 40,3 millones de dólares, por concepto de ingreso de divisas.



### 4.3 Europa

En el año 2009, el aporte del mercado europeo respecto a la llegada de turistas, representó el 13,5%, lo que significó 373.124 turistas, una cifra inferior en un -7,5% al año anterior.

A su vez, este mercado participa en el ingreso de divisas con un 27,9% llegando a los 439,4 millones de dólares, lo que representa una baja del -4,2% con respecto al 2008.

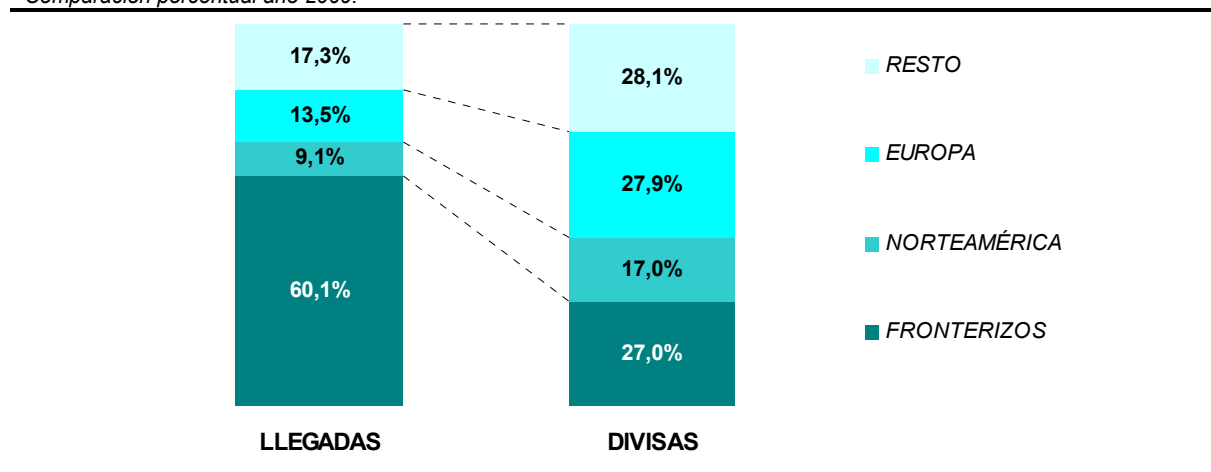
La permanencia media del viaje se mantuvo en alrededor de 2 semanas y media (18,1 días), el nivel de gasto medio diario fue de 65,2 dólares, lo que se reflejó en un alza del 2,1%.

La motivación de ocio-vacaciones representó el 55% de las llegadas de turistas europeos, poco más de 205 mil personas, generando 226,7 millones de dólares, el 51,6% de las divisas; la motivación de negocios alcanzó el 21,3% de los viajes, esto es, sobre 79 mil personas, y un 24,8% de la generación de divisas, 108,8 millones de dólares; las visitas a familiares y amigos fueron un 19,9% de las llegadas, sobre 74 mil personas, y 80,5 millones de dólares de divisas.

### 4.4 Características comparativas

Lo descrito anteriormente muestra la significativa brecha entre la cuota de mercado correspondiente a 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.

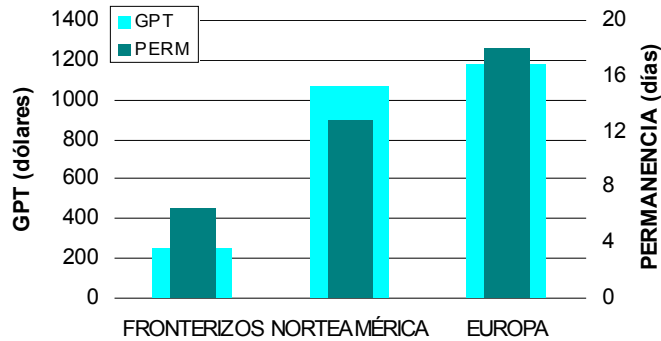
Gráfico 30. Aporte porcentual de la llegada de turistas y del ingreso de divisas, según el mercado de procedencia de los turistas  
*Comparación porcentual año 2009.*



El mercado de los países fronterizos presenta niveles de gasto y permanencia media muy por debajo del nivel de los mercados de larga distancia, registrando alrededor de un cuarto del gasto medio total y la mitad de la permanencia que realiza un turista de larga distancia.

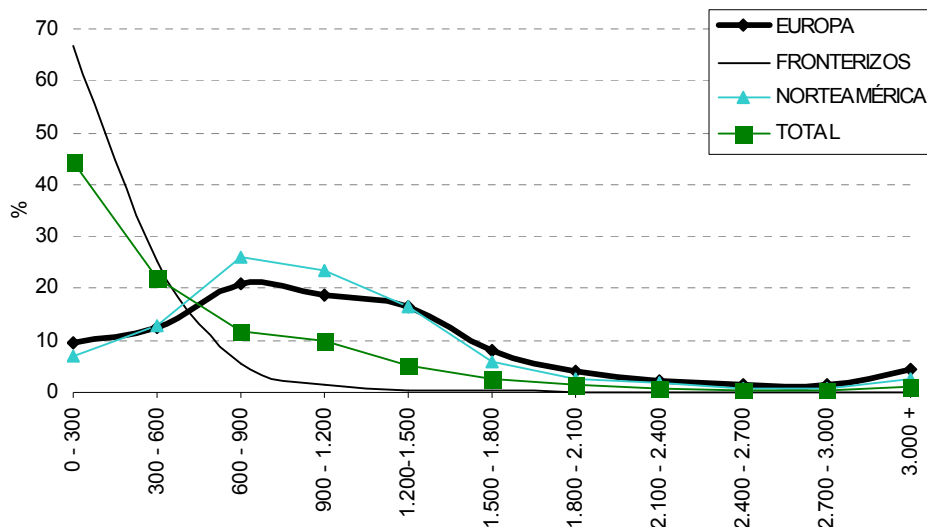
Por su parte, los mercados norteamericano y europeo presentan un nivel de gasto promedio total situándose por sobre los 1.000 dólares, diferenciándose uno del otro en 105 dólares. No obstante, la permanencia promedio del turista europeo es superior en poco más de 5 días a la del turista norteamericano. Esto explicaría por qué este último realiza un gasto diario individual mayor al de un turista europeo.

Gráfico 31. Permanencia y gasto promedio total según mercado  
Comparación porcentual año 2009.



Entre los 600 y 900 dólares comienza a decaer notablemente el gasto total individual de los turistas residentes en los países fronterizos, aumentando el gasto de los turistas residentes en los países europeos y norteamericanos. El 66,8% de los turistas extranjeros provenientes de países fronterizos realizan un gasto promedio total menor a 300 dólares, aún considerando que la mayoría de los turistas provienen de los países fronterizos.

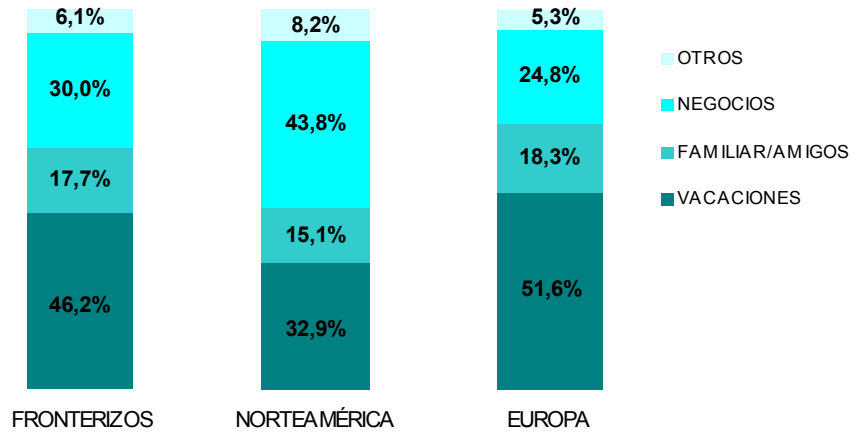
Gráfico 32. Distribución del gasto promedio total individual según mercado  
Comparación porcentual año 2009.



Es interesante mencionar el aporte monetario de los turistas norteamericanos que vienen a Chile en planes de negocios, ya que aproximadamente 1 de cada 2 dólares ingresados por un turista norteamericano, obedece a la motivación de negocios en nuestro país. En el caso

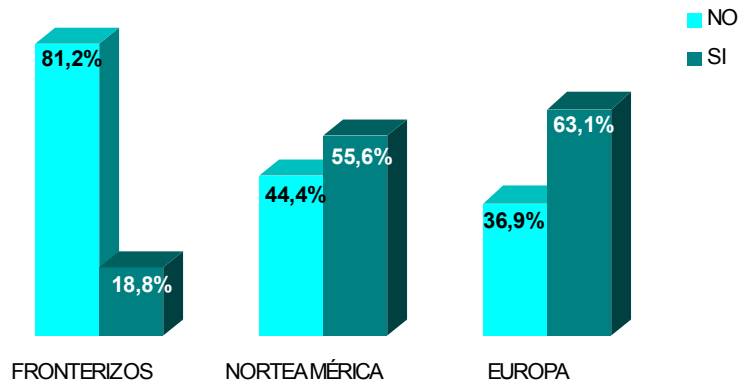
del mercado europeo esta relación es 1 de cada 4 dólares. En el caso de los países fronterizos la relación cambia a 1 de 3 dólares, por la misma motivación.

Gráfico 33. Distribución del gasto según el motivo del viaje y el mercado de procedencia  
Comparación porcentual año 2009.



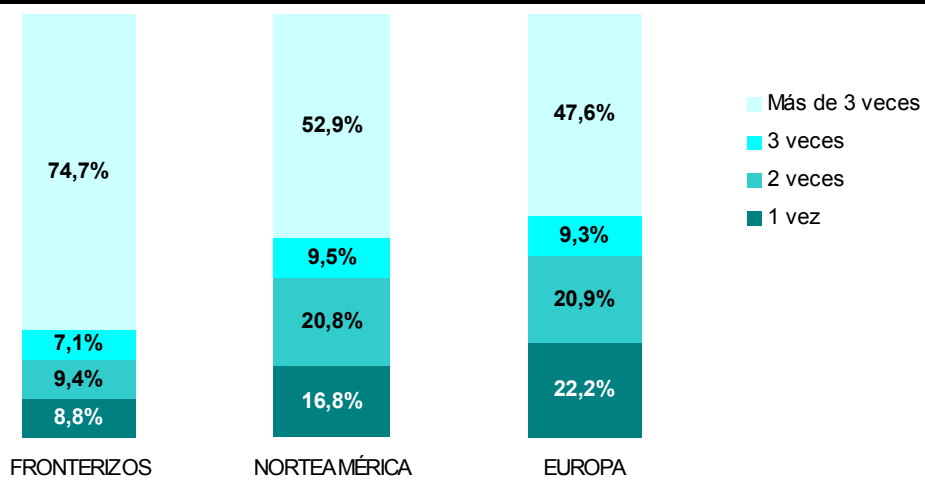
Por otra parte, la relación de quienes visitan Chile por primera vez es inversamente proporcional a lo que sucede entre los países fronterizos versus el mercado norteamericano y europeo.

Gráfico 34. Proporción de turistas que visitan Chile por primera vez, según mercado de procedencia  
Comparación porcentual año 2009.



De los turistas que han visitado más de tres veces el país, el 74,7% provienen de los países fronterizos, el 52,9% del mercado norteamericano y el 47,6% de Europa. 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 2009.*



## 5 PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

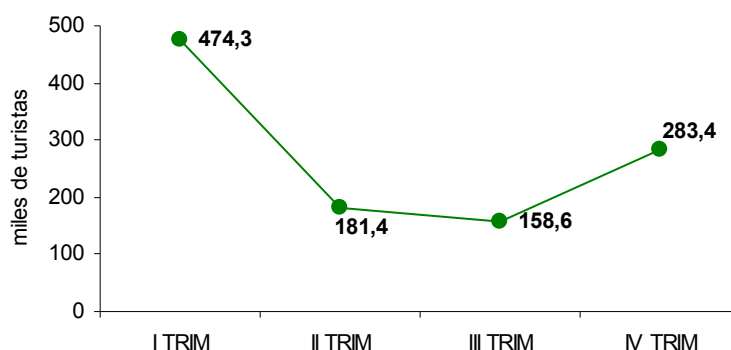
En el año 2009, y como ha venido sucediendo en los últimos años, la llegada de turistas se concentra en un 74,5% en 5 mercados emisores: Argentina, Perú, Bolivia, Brasil y Estados Unidos, los que en su conjunto tuvieron un incremento del 5,1% en el volumen de llegadas respecto del año anterior. En cuanto al ingreso de divisas, estos mismos mercados aportan el 52,4% del total anual 2009, sólo un 0,9% más que el año anterior.

### 5.1 Argentina

En el año 2009, se registraron un poco más de un millón de llegadas de turistas argentinos a nuestro país, lo que representa más de un tercio (39,8%) del total anual de llegadas, con un crecimiento del 14,3% más que el año 2008. Estas llegadas generaron ingresos por 330 millones de dólares.

El turista argentino visitó nuestro país durante 7,1 días, poco más de una semana, además, durante su estadía en Chile, desembolsó 300,7 dólares por concepto de gasto turístico, por lo que su gasto diario fue de aproximadamente 42,6 dólares. Los argentinos, como ha sido habitual, privilegiaron la temporada estival para visitar nuestro país. Es así, que el 69,0% de estos turistas vienen en temporada primavera-verano (I y IV trimestre).

Gráfico 36. Estacionalidad de la llegada de turistas residentes en Argentina  
*Miles de turistas, año 2009.*



#### 5.1.1 Tendencia histórica

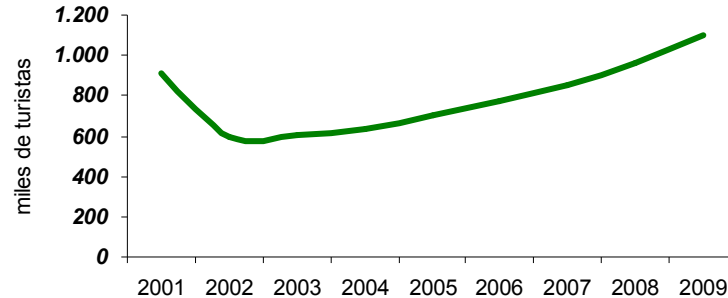
La economía argentina presentó una fuerte caída a fines del año 2001 con el denominado "corralito"<sup>4</sup>, que impuso severas restricciones de liquidez de dinero a la banca de ese país. Como consecuencia directa de ello, el flujo de turistas provenientes de Argentina cayó en un 35,5% el año 2002, 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 2,0% la llegada de

<sup>4</sup> En Argentina se denominó "corralito" a una restricción a la extracción 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.

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.

Gráfico 37. Tendencia de la llegada de turistas residentes en Argentina  
Miles de turistas, serie 2001 - 2009



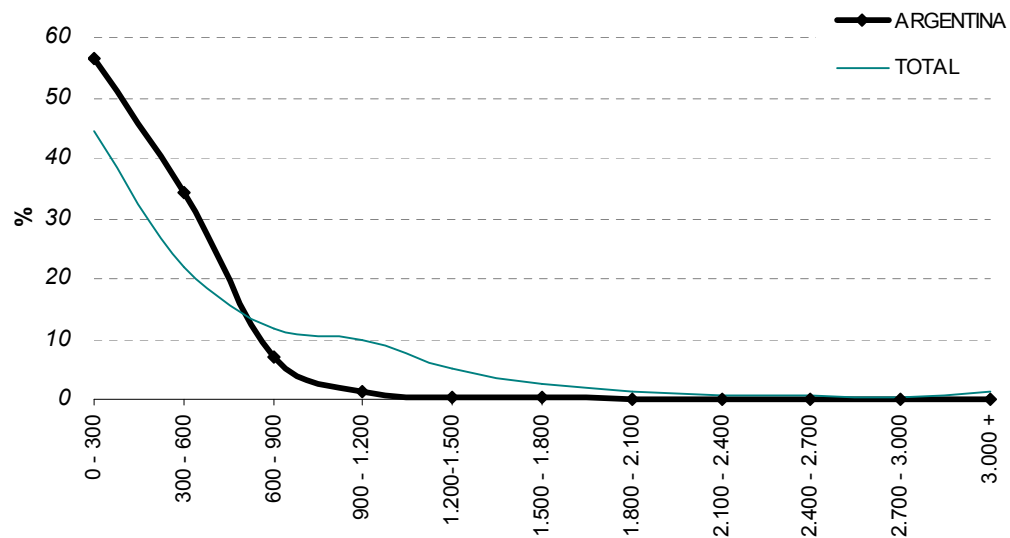
FUENTE: Nueva Medición del Turismo Receptivo 2001 -2008 y Estudio del Turismo Receptivo 2009. SERNATUR

### 5.1.2 Gasto medio

Históricamente, el mercado argentino posee un nivel de gasto inferior a la media total. Es así que el año 2009, los turistas desembolsaron durante su viaje un promedio de 300,7 dólares, un 6,1% más que el 2008. Este gasto es un 52,7% del gasto medio total para el año 2009 que fue de 570,4 dólares. A su vez, el gasto promedio diario individual fue de 42,6 dólares, un 9,5% superior al efectuado en 2008.

Los turistas residentes en Argentina realizan mayoritariamente un gasto total individual menor a 300 dólares, con el 56,6% del total de turistas residentes en Argentina. Cabe destacar que los argentinos prácticamente no gastan más de 900 dólares.

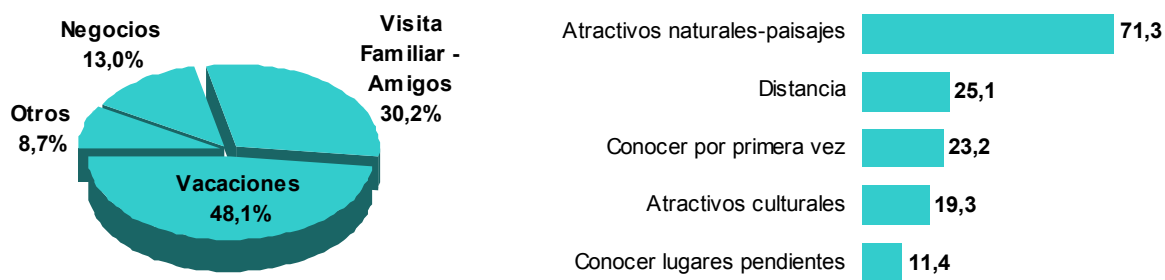
Gráfico 38. Distribución del gasto total individual de los turistas residentes en Argentina v/s el Total  
Comparación porcentual año 2009.



### 5.1.3 Motivación principal del viaje

Cerca de la mitad de los turistas residentes en Argentina viajaron a nuestro país por vacaciones-ocio como principal motivación, esto es, unos 527 mil turistas que representaron el 48,1% del total de llegadas de este mercado. Siguen en importancia las visitas a familiares o amigos con un 30,2% (332 mil turistas) y por motivos de negocios un 13,0% del total (alrededor de 142 mil turistas).

Gráfico 39. Motivación principal del viaje de los turistas residentes en Argentina  
Distribución porcentual. Año 2009.



Más de dos tercios de los turistas motivados por el ocio, tienen como principal razón de sus viajes el visitar atractivos naturales característicos de nuestro país. El factor distancia es fundamental al momento de determinar el destino del viaje, como también lo son el hecho de conocer, por primera vez, nuestro país y los atractivos culturales que este posee.

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

El 49,9% de los turistas argentinos prefieren alojar en hoteles y similares. Complementariamente se encuentran aquellos turistas que viajan exclusivamente a visitar a algún familiar o conocido, realizando la totalidad de sus pernoctaciones en casa de éstos. Es así que la residencia de familiares o conocidos es utilizada como alojamiento por gran parte de los turistas argentinos que visitan Chile (41,1%). El uso de casa o departamento arrendado es la tercera opción para pernoctar para estos turistas, siendo de 10,9%.

En el caso de los servicios de alimentación el restaurante es lo que más se utiliza, llegando al 67,6% del total de respuestas. La alimentación de bajo costo, ya sea en casa de parientes o mediante la preparación de su propia comida llega en conjunto a 76,3%. Luego, se encuentra el uso del servicio de alimentación en el hotel utilizado durante su estadía (29,5%).

Gráfico 40. Servicios de alojamiento utilizados por turistas residentes en Argentina  
Distribución porcentual. Año 2009

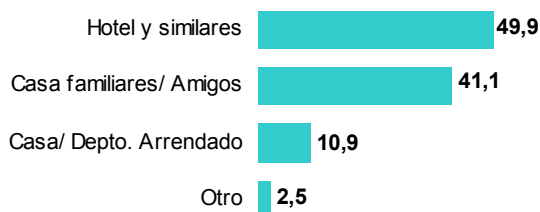
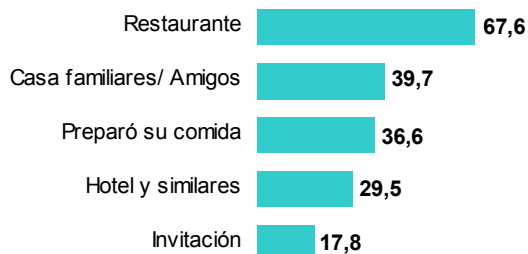


Gráfico 41. Servicios de alimentación utilizados por turistas residentes en Argentina  
Distribución porcentual. Año 2009.

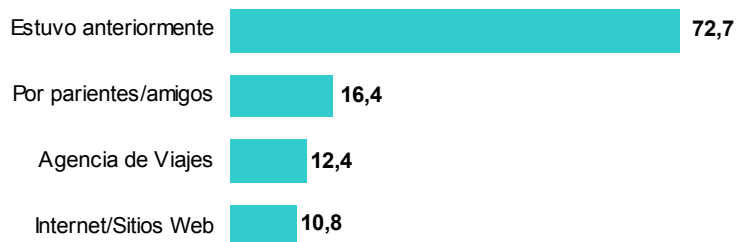




### 5.1.5 Uso de Internet

En 2009, el 10,8% de los turistas se informaron de nuestro país en cuanto a destinos y servicios a utilizar, por medio del uso de Internet, visitando páginas de organismos públicos o privados, es lo que actualmente se denomina como “e-turismo”. Como se dijo anteriormente, la mayoría de los turistas llegados de este mercado, alrededor del 72,7% ha estado anteriormente en nuestro país.

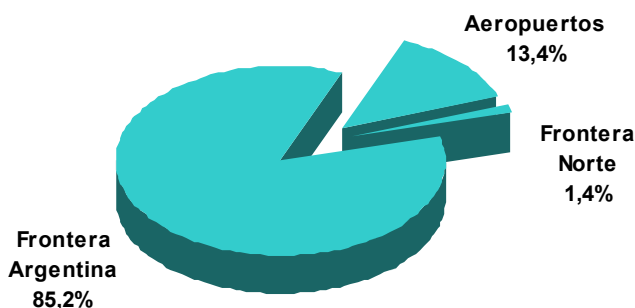
Gráfico 42. Medio para informarse respecto a Chile, por parte de los turistas residentes en Argentina  
*Porcentajes año 2009*



### 5.1.6 Vías de acceso a Chile

La gran mayoría de los turistas residentes en Argentina ingresa al país por las distintas vías terrestres de acceso que limitan ambos territorios, un 85,2% de ellos. El resto utiliza la vía aérea (13,4%) y la frontera norte (1,4%) para ingresar a nuestro país.

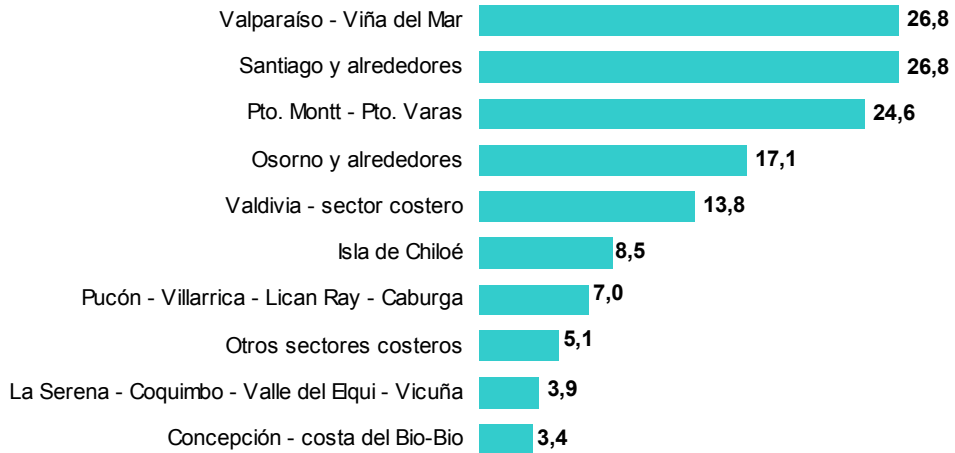
Gráfico 43. Vías de acceso a Chile de los turistas residentes en Argentina  
*Porcentajes año 2009*



### 5.1.7 Otras características

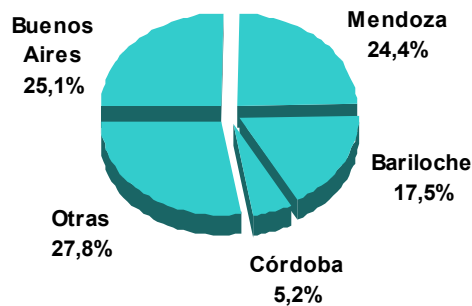
La zona central de Chile, específicamente las regiones Metropolitana y de Valparaíso, siguen liderando el ranking de los lugares más visitados por los turistas residentes en Argentina, con el 26,8% de las preferencias para cada caso. A estos lugares le siguen Puerto Montt y Puerto Varas con el 19,6% de llegadas, Osorno con el 17,1% debido principalmente al flujo de turistas que cruzan la frontera a través del paso Cardenal Samoré (Pajaritos) y Valdivia con el 13,8%.

Gráfico 44. Destinos más frecuentes visitados por los turistas residentes en Argentina  
 Porcentajes año 2009



El 25,1% de los turistas residentes en Argentina provienen de la capital Buenos Aires. A su vez, la ciudad de Mendoza es la segunda fuente emisora de turistas argentinos, con un 24,1% del total, debido principalmente a la cercanía con el paso internacional Los Libertadores, ubicado en la zona centro del país.

Gráfico 45. Ciudad de residencia de los turistas procedentes de Argentina  
 Porcentajes año 2009



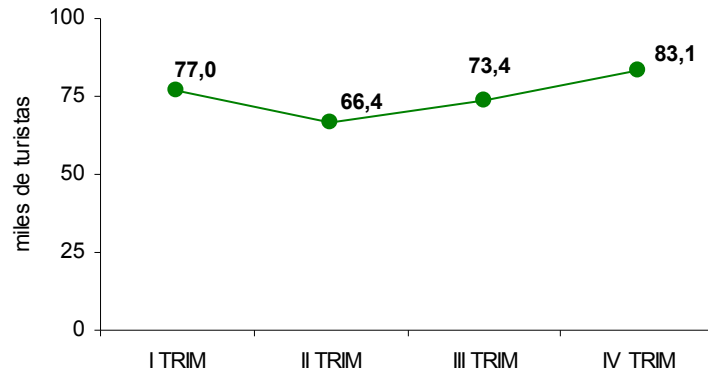
## 5.2 Bolivia

Durante el año 2009 Bolivia pasó a ser el segundo país emisor de turistas a Chile, llegando a un total de 300.025 arribos, con una baja del -0,8%. Sin embargo, esta baja se ve más afectada cuando se trata del ingreso de divisas. El 2009 los turistas bolivianos dejaron en nuestro país un total de 37,2 millones de dólares, lo que significa un 28,7% menos en relación al año 2008.

En promedio los bolivianos permanecen entre 5 a 6 días en nuestro país, tiempo durante el cual realizan un gasto total individual de 123,9 dólares y un gasto promedio diario individual de 21,9 dólares, que comparado al año 2008 muestra una disminución del 28,1% y del 23,5%, respectivamente.

Los turistas bolivianos vienen a visitar nuestro país, preferentemente en la temporada estival. Es así, que el 53,4% de estos turistas vienen en temporada primavera-verano (IV y I trimestre).

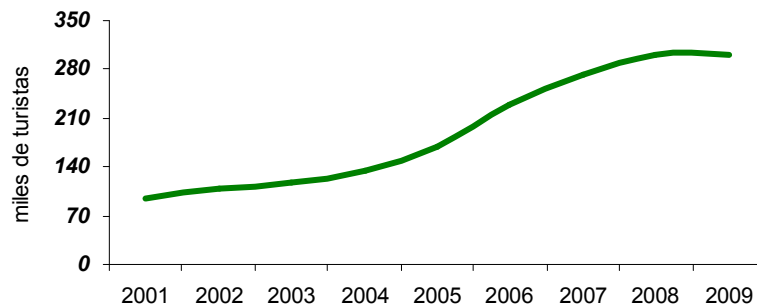
Gráfico 46. Estacionalidad de la llegada de turistas residentes en Bolivia  
Miles de turistas, año 2009.



### 5.2.1 Tendencia histórica

Desde el 2001 y hasta el año 2005, la llegada de turistas bolivianos a nuestro país experimentaba un alza promedio del orden del 15,4% anual. Este nivel creció fuertemente en el año 2006, comparado al año 2005, en un 35,2%, influenciado notoriamente por la supresión del uso de pasaporte como documento para ingresar a Chile de los residentes bolivianos<sup>6</sup>, con fines turísticos por medio de vía terrestre, pudiendo hacerlo solo con su DNI<sup>7</sup>. No obstante, todo ese crecimiento se vio fuertemente perjudicado en el año 2009, con una baja considerable del -0,8% en la llegada de turistas bolivianos, en relación al año 2008.

Gráfico 47. Tendencia de la llegada de turistas residentes en Bolivia  
Miles de turistas, serie 2001 - 2009



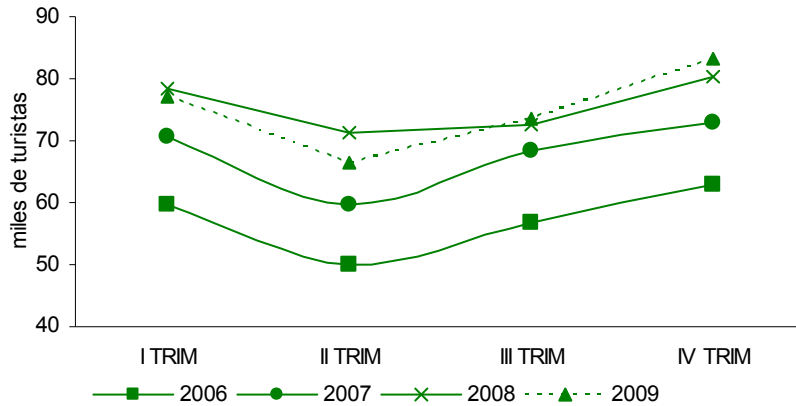
FUENTE: Nueva Medición del Turismo Receptivo 2001 -2008 y Estudio del Turismo Receptivo 2009. SERNATUR

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

<sup>7</sup> Documento Nacional de Identificación.

Analizando los cuatro trimestres, tanto el primero como el segundo tuvieron una baja en el número de llegadas en relación al año anterior, con una diferencia del -1,8% y -6,8%, respectivamente. La recuperación vino durante el tercer y cuarto trimestre con un aumento del 1,1% y el 3,7%, respectivamente.

Gráfico 48. Llegada de turistas residentes en Bolivia a Chile durante los 4 últimos años  
Miles de turistas, cifras trimestrales.



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

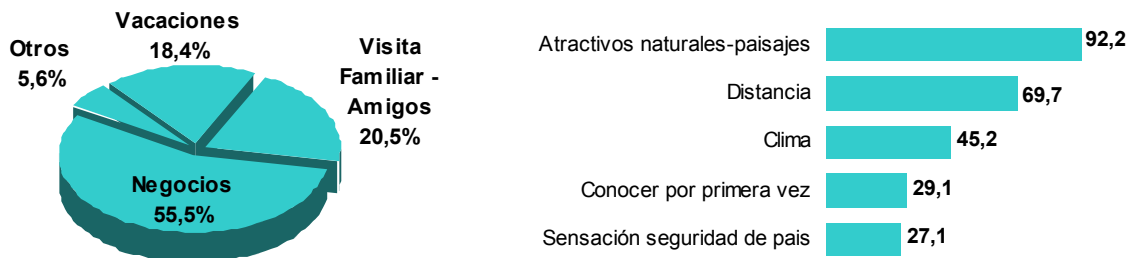
### 5.2.2 Distribución del gasto medio

Durante el 2009, el gasto medio de los turistas bolivianos se situó en los 123,9 dólares, 28,1% menos que el año 2008. El gasto promedio diario individual fue un 23,5% menos que el año anterior, llegando a 21,9 dólares diarios.

### 5.2.3 Motivación principal del viaje

A diferencia de años anteriores, este año el motivo principal del viaje de los turistas bolivianos que visitan Chile fueron los negocios, alcanzando un 55,5% del total de llegadas. No obstante, del 18,4% que visita Chile por motivos vacaciones, el 92,2% lo hace para conocer sus atractivos naturales. Otro factor importante al momento de tomar la decisión de viajar es la distancia existente entre los dos países (69,7%).

Gráfico 49. Motivación principal del viaje de los turistas residentes en Bolivia  
Distribución porcentual. Año 2009.



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

Aquellos que ingresaron a través del extremo norte del país utilizaron mayoritariamente los hoteles y similares como principal medio de alojamiento, con el 62,1% de las preferencias. A eso le sigue el 29,5% que corresponde a aquellos que utilizaron casas de familiares y amigos para pernoctar. Un 5,1% utiliza otro tipo de alojamiento.

El 72,7% de los turistas bolivianos almuerza o cena en restaurante, que corresponden generalmente a pequeñas fuentes de soda del sector norte de Arica. El 27,6% lo hace en casa de familiares o amigos.

Gráfico 50. Servicios de alojamiento utilizados por turistas residentes en Bolivia  
*Distribución porcentual. Año 2009.*

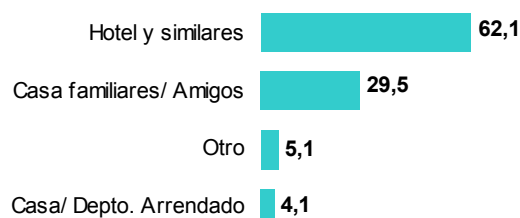
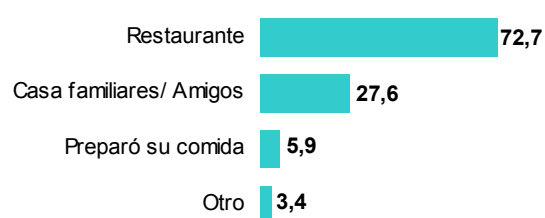


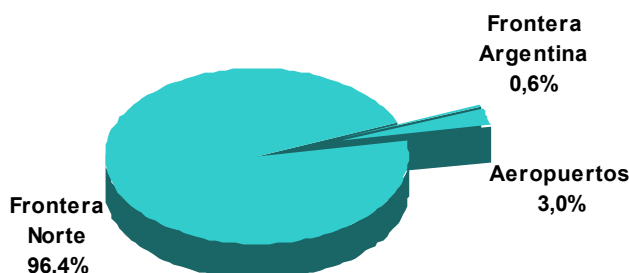
Gráfico 51. Servicios de alimentación utilizados por turistas residentes en Bolivia  
*Distribución porcentual. Año 2009.*



#### 5.2.5 Vías de acceso a Chile

La gran mayoría de los turistas residentes en Bolivia ingresa al país por la frontera norte, con un 96,4% de ellos. El resto utiliza la vía aérea (3,0%) y la frontera argentina (0,6%) para ingresar a nuestro país.

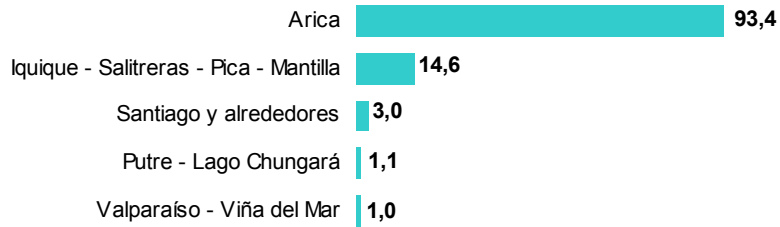
Gráfico 52. Vías de acceso a Chile de los turistas residentes en Bolivia  
*Porcentajes año 2009*



#### 5.2.6 Otras características

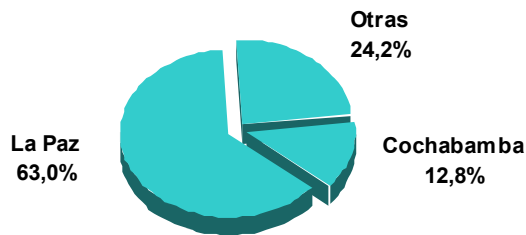
La mayor parte de los turistas bolivianos (el 93,4%) visitan y alojan en la nortina ciudad de Arica, principalmente aquellos turistas que ingresan a Chile por el paso fronterizo Chungará, mientras que el sector de Iquique es visitado por el 14,9% de estos turistas, quienes principalmente acceden al país por el paso fronterizo Colchane. Santiago es visitado por el 3,0% de los turistas bolivianos, principalmente por los que ingresan al país por el Aeropuerto C.A.M.B.

Gráfico 53. Destinos más frecuentes de los turistas residentes en Bolivia  
 Porcentajes año 2009



La principal ciudad emisora de turistas bolivianos es La Paz, concentrando el 63,0% del total, seguido por Cochabamba con el 12,8% del total.

Gráfico 54. Ciudad de residencia de los turistas procedentes de Bolivia  
 Porcentajes año 2009

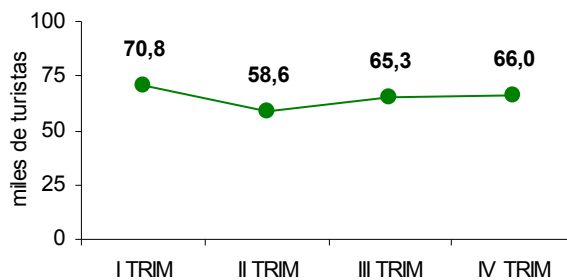


### 5.3 Perú

El mercado turístico peruano volvió a recuperar el tercer lugar en cuanto al volumen de llegadas de turistas durante el año 2009, aunque en términos de ingreso de divisas su importancia es inferior. Durante el año 2009 se registraron 260.682 llegadas de turistas, un 3,7% más que el año anterior y un aporte de divisas de 57,6 millones de dólares, decreciendo en -22,5% en relación al año 2008.

El turista peruano permanece en promedio alrededor de 5,2 días en nuestro país, teniendo un comportamiento parejo en los últimos dos trimestres del año. El incremento más alto se observa durante el primer trimestre, llegando a un 27,2% del total, privilegiando la temporada de verano.

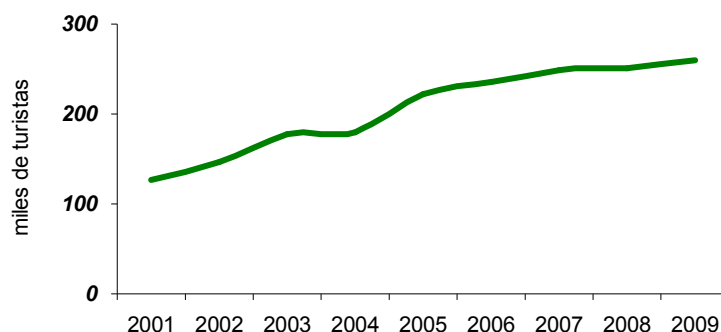
Gráfico 55. Estacionalidad de la llegada de turistas residentes en Perú  
 Miles de turistas, año 2009.



### 5.3.1 Tendencia histórica

Desde el año 2001, se ha experimentado una tendencia fluctuante, aunque en alza, en el arribo de turistas peruanos, con una media de crecimiento anual del 9,4%. Incluso, este mercado ha estado sobre los estadounidenses en cuanto a volumen de llegadas de turistas, lo que se ha mantenido hasta la fecha.

Gráfico 56. Tendencia de la llegada de turistas residentes en Perú  
Miles de turistas, serie 2001 – 2009.



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

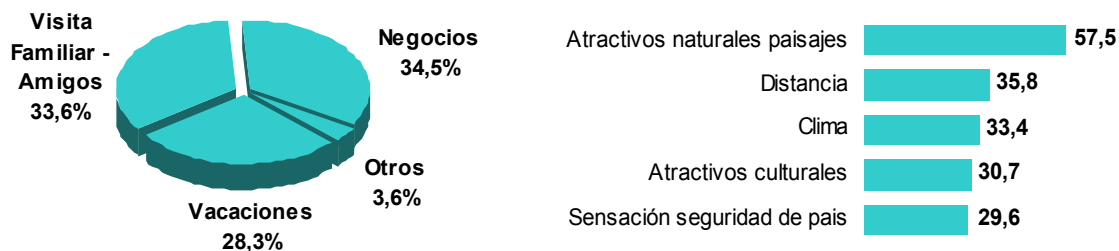
### 5.3.2 Gasto medio

Durante el 2009, el gasto medio de los turistas residentes en Perú se situó en los 220,8 dólares, un 25,3% menos que el 2008, alcanzando además el 38,7% respecto del promedio total. A su vez, el gasto promedio diario individual fue de 42,8 dólares, que en términos comparativos, fue muy parecido al del turista argentino durante este año.

### 5.3.3 Motivación principal del viaje

La principal motivación de los turistas peruanos en visitar nuestro país son los negocios, con un 34,5%. En segundo lugar están aquellos que llegan al país para visitar a familiares y amigos, con un 33,6%. Siguen en importancia las llegadas por motivos de vacaciones y ocio que contempla el 28,3% del total de llegadas, con 73 mil turistas, quienes permanecen de 4 a 5 días.

Gráfico 57. Motivación principal del viaje de los turistas residentes en Perú  
Distribución porcentual. Año 2009.





De los turistas que visitan el país por ocio-vacaciones, el 57,5% viajan interesados en los atractivos naturales de Chile, el 35,8% por la distancia existente con nuestro país, mientras que un 33,4% lo hacen motivados por el clima.

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

Los turistas residentes en Perú, principalmente aquellos que ingresan por el sector norte del país, durante su corta permanencia se alojan en hoteles y similares (54,8%) y almuerzan o cenan principalmente en restaurantes (71,0%), que más bien corresponden a fuentes de soda del sector norte de Arica. Alrededor del 40,0% de los turistas residentes en Perú se alojan y se alimentan en casa de familiares o conocidos, lo que explicaría el menor gasto durante su viaje.

Gráfico 58. Servicios de alojamiento utilizados por turistas procedentes de Perú  
*Distribución porcentual. Año 2009.*

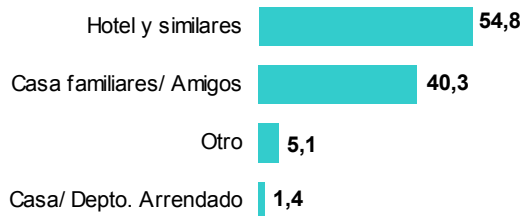
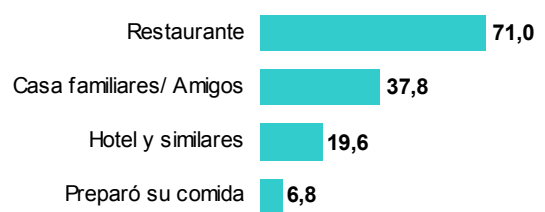


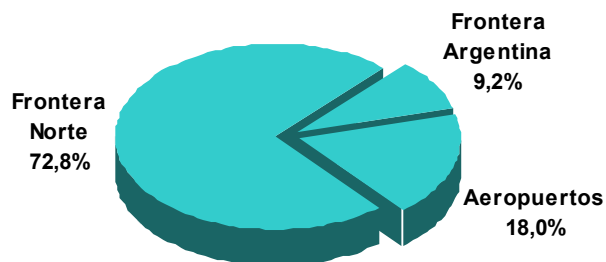
Gráfico 59. Servicios de alimentación utilizados por turistas procedentes de Perú  
*Distribución porcentual. Año 2009.*



#### 5.3.5 Vías de acceso a Chile

La principal vía de acceso de los turistas residentes en Perú es la terrestre, por la cual ingresa el 72,8% de ellos, principalmente por Chacalluta Terrestre. A su vez, un 18% utiliza la vía aérea como puerta de llegada a Chile y el resto entra por la frontera con Argentina, con un 9,2%.

Gráfico 60. Vías de acceso a Chile de los turistas residentes en Perú  
*Porcentajes año 2009*

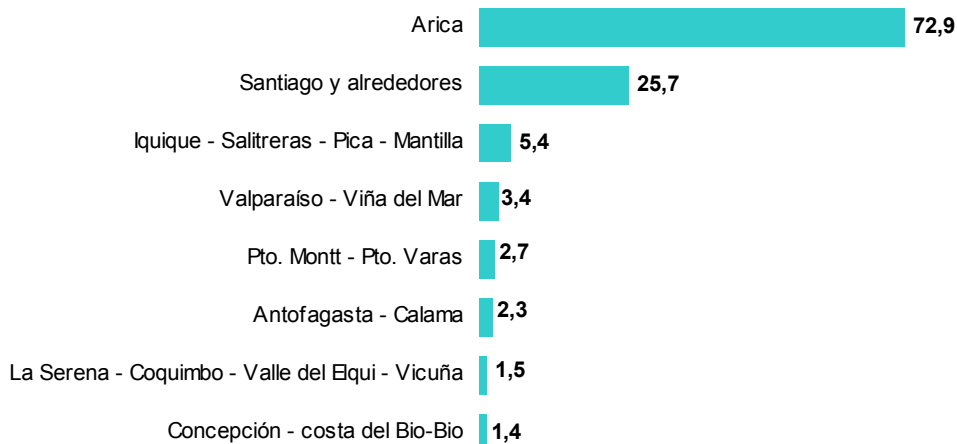


#### 5.3.6 Otras características

Por la cercanía de la frontera con Perú, la zona norte de Chile es la más visitada por los turistas residentes en ese país, con cerca del 72,9% de estos, mientras que en segundo

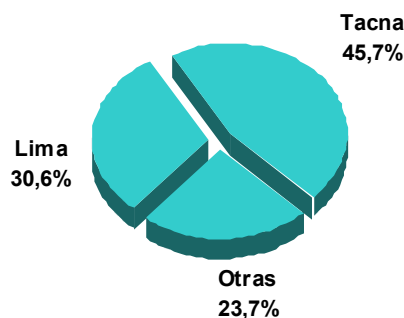
lugar, 25,7%, se encuentran los residentes peruanos que visitan Santiago y sus alrededores, quienes mayoritariamente ingresan a Chile por el aeropuerto de esta ciudad.

Gráfico 61. Destinos más frecuentes de los turistas residentes de Perú  
Porcentajes año 2009



Un 45,7% del total de llegados proviene de la ciudad de Tacna. La capital de Perú, Lima, emite el 30,6% de los turistas residentes en Perú, mientras que el 23,7% restante proviene de otras ciudades de este mercado.

Gráfico 62. Ciudad de residencia de los turistas procedentes de Perú  
Porcentajes año 2009



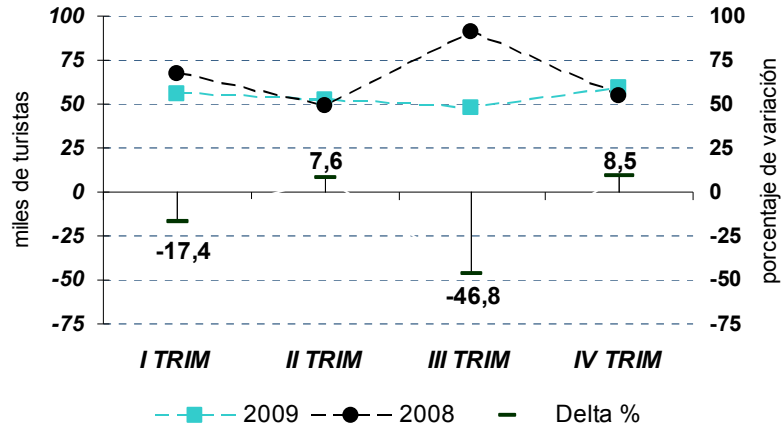
## 5.4 Brasil

En el año 2009 llegó a Chile un 17,5% menos turistas que residen en Brasil con respecto al año 2008, llegando a un poco más de 215 mil turistas, quienes dejaron en nuestro país un total de 204,7 millones de dólares, un 1,6% menos que el año anterior. El nivel de gasto total individual fue de 952,0 dólares y la permanencia promedio del turista que reside en Brasil fue de 7,7 días, manteniéndose casi igual a la del año anterior (7,5 días).

A diferencia del año 2008, este año la temporada de invierno (tercer trimestre) no fue la más frecuentada por estos turistas, recibiendo durante este período solo el 22,4% del total anual, con una baja considerable del -46,8%, respecto de la temporada anterior, que el año

anterior si había experimentado un crecimiento importante. Ello muestra que tanto la crisis económica como la detección de la pandemia, entre otros, afectaron el gran interés que demostraron tener los brasileros por disfrutar de la temporada de esquí en nuestro país en años anteriores. A su vez, la temporada estival también disminuyó en un 5,8% respecto a igual período del año anterior. Sólo durante el segundo y el cuarto trimestre se produjeron leves aumentos en las llegadas de turistas, que en promedio sería aproximadamente del 8,0% en relación al año anterior.

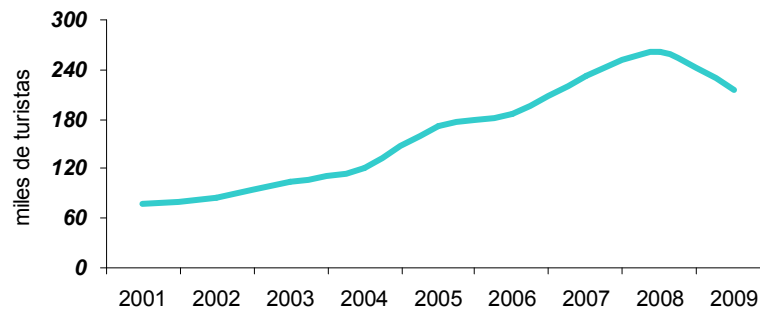
Gráfico 63. Estacionalidad de las llegadas de los turistas residentes en Brasil  
Miles de turistas, año 2009.



#### 5.4.1 Tendencia histórica

Desde el año 2001 al 2008 se presentaron cifras positivas de crecimiento de llegadas de turistas provenientes de Brasil, lo que se explica principalmente por la relativa estabilidad económica tanto en Brasil como en el mundo. Durante el año 2009 esa tendencia de crecimiento se vio afectada por una fuerte baja en las llegadas de turistas brasileros. Hasta el 2008 se presentaba un crecimiento promedio de alrededor del 19,0% anual, no obstante este año el decrecimiento en las llegadas de residentes desde Brasil a Chile llevó la tasa promedio anual a situarse en un 13,7% para el período 2001 a 2009.

Gráfico 64. Tendencia de las llegadas de turistas residentes en Brasil  
Miles de turistas, serie 2001 - 2009



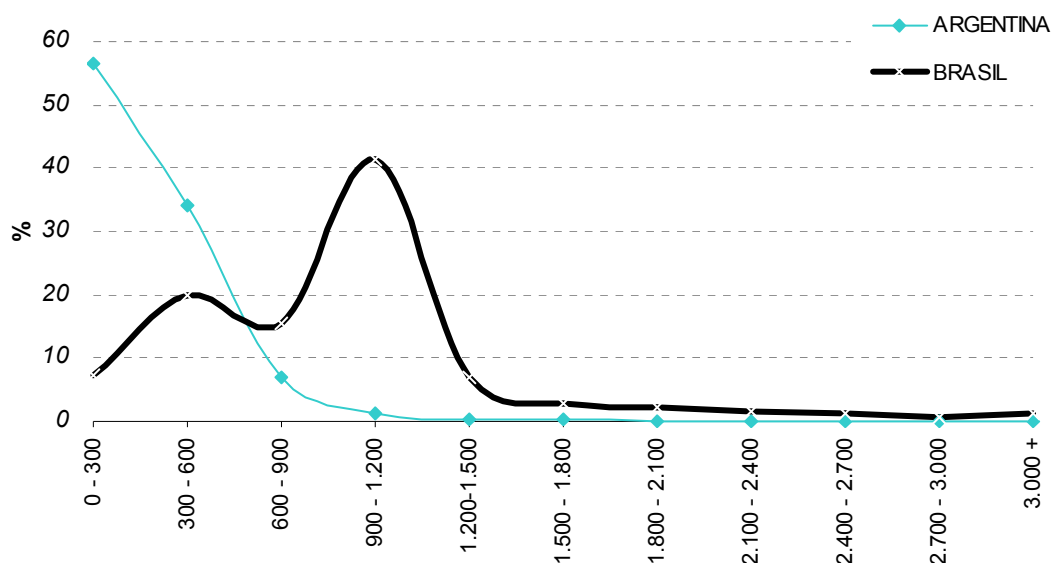
FUENTE: Estudio Nueva Medición del Turismo Receptivo 2001 - 2008, y Estudio del Turismo Receptivo 2009. SERNATUR.

## 5.4.2 Distribución del gasto medio

El turista residente en Brasil que visita Chile durante el 2009 realizó un gasto medio de 952,0 dólares, lo que representa un aumento del 19,4% respecto del efectuado el año anterior, siendo mayor que el efectuado por un turista proveniente de un país fronterizo<sup>8</sup>. No obstante, Brasil tiene un gasto medio 3 veces mayor que el de Argentina, cuya diferencia es la menor en relación al resto de los países fronterizos.

El gráfico 65 muestra una clara tendencia de que los turistas brasileños incurren en un gasto total individual mayor que los argentinos. El 56,6% de los residentes argentinos gastan menos de 300 dólares, mientras que el 41,5% de los brasileños gastan entre los 900 y 1.200 dólares.

Gráfico 65. Distribución del gasto total individual de brasileños y argentinos  
Comparación porcentual año 2009.

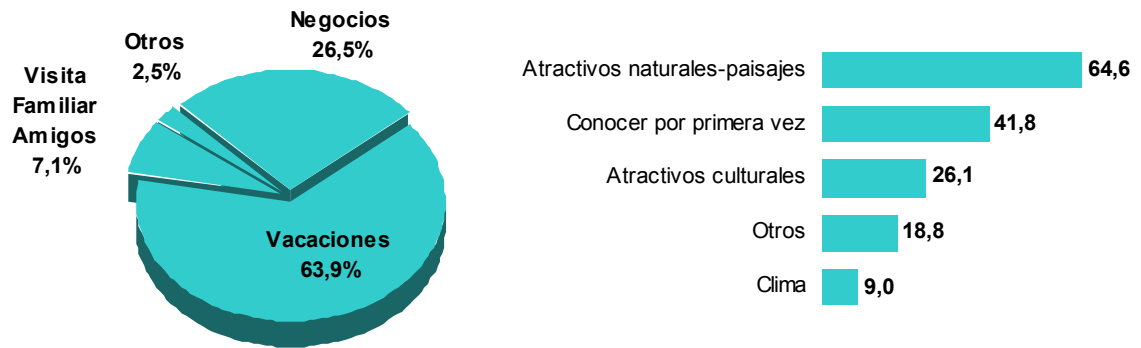


## 5.4.3 Motivación principal del viaje

El 63,9% de los turistas residentes en Brasil viajaron a nuestro país motivados por vacaciones y/u ocio, porcentaje que se traduce en 137.442 turistas, un 28,0% menos que el año anterior. Los negocios ocupan un segundo lugar en la escala, con un 26,5% del total.

<sup>8</sup> Argentina, Perú, Bolivia.

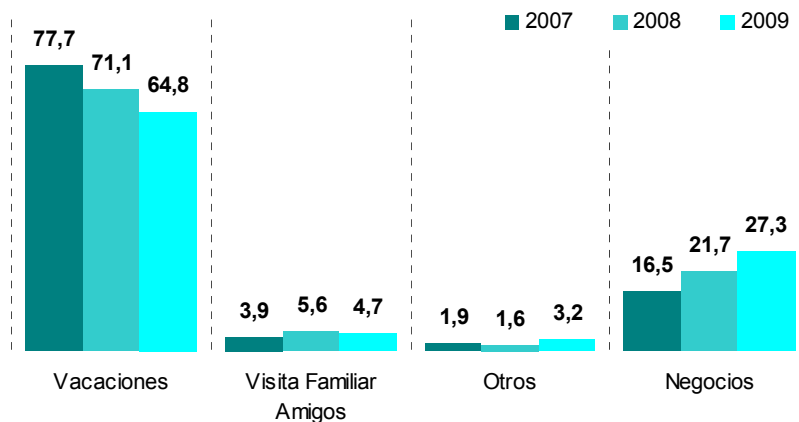
Gráfico 66. Motivación principal del viaje de los turistas residentes en Brasil  
Distribución porcentual. Año 2009.



El 64,6% de los turistas motivados por vacaciones tienen como principal razón de sus viajes el visitar atractivos naturales característicos de nuestro país, mientras que el 41,8% lo hacen por el deseo de conocerlo y el 26,1% por los atractivos culturales.

Si se consideran las divisas que los turistas residentes en Brasil dejaron en nuestro país, el 64,8% corresponde al motivo ocio-vacaciones y el 27,3% por motivos de negocios.

Gráfico 67. Distribución del gasto de los turistas residentes en Brasil según motivo del viaje  
Distribución según el gasto año 2007, 2008 y 2009

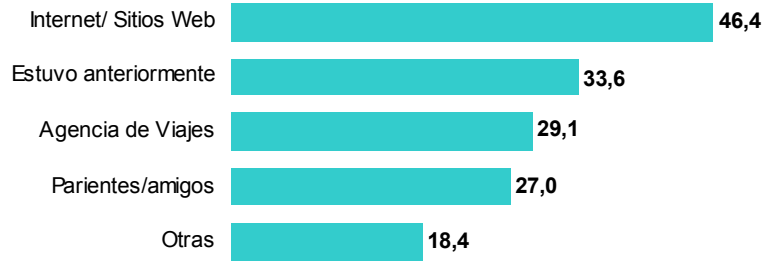


FUENTE: Estudio Nueva Medición del Turismo Receptivo 2001 - 2008, y Estudio del Turismo Receptivo 2009. SERNATUR.

#### 5.4.4 Uso de Internet

En los últimos años se ha dado una tendencia a organizar el viaje de forma independiente por parte de los residentes en Brasil que vienen a Chile. Es así que el año 2009, sólo el 29,1% de estos turistas organizó su viaje por medio de una agencia de viajes brasileña. No obstante, el uso de Internet es actualmente la forma en que los turistas residentes en Brasil se informan sobre Chile para elegirlo como destino, liderando las cifras con un 46,4%.

Gráfico 68. Medio para informarse respecto a Chile, por parte de los turistas residentes en Brasil  
 Porcentajes año 2009



Del total de turistas residentes en Brasil, el 59,3% visita Chile por primera vez, del 40,7% restante que sí lo ha visitado anteriormente, el 45,9% lo ha hecho en más de tres oportunidades.

Gráfico 69. Turistas residentes en Brasil que visitan Chile por primera vez  
 Distribución porcentual. Año 2009

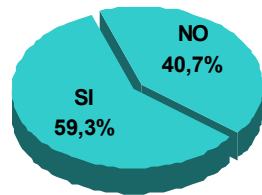
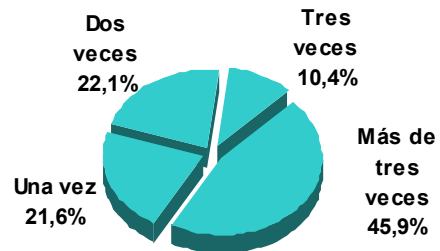


Gráfico 70. Cantidad de veces que han venido turistas residentes en Brasil a Chile anteriormente  
 Distribución porcentual. Año 2009.



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

El hotel y el restaurante, con el 90,5% y el 94,5% 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 presentan estos turistas comparado con aquellos que provienen de países fronterizos quienes con más del 20,0% ocupan casa de familiares y amigos tanto para alojarse como para alimentarse. En el caso del mercado brasilero, la casa de familiares y conocidos es utilizada por alrededor del 9,0% como lugar de alojamiento y alimentación.

Gráfico 71. Servicios de alojamiento utilizados por turistas procedentes de Brasil  
 Distribución porcentual. Año 2009.

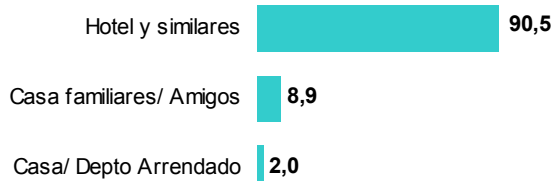
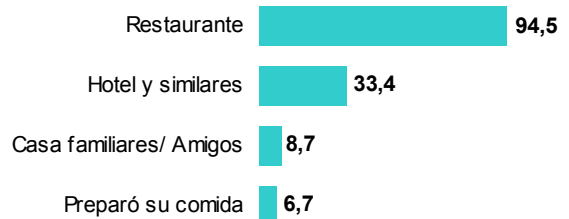


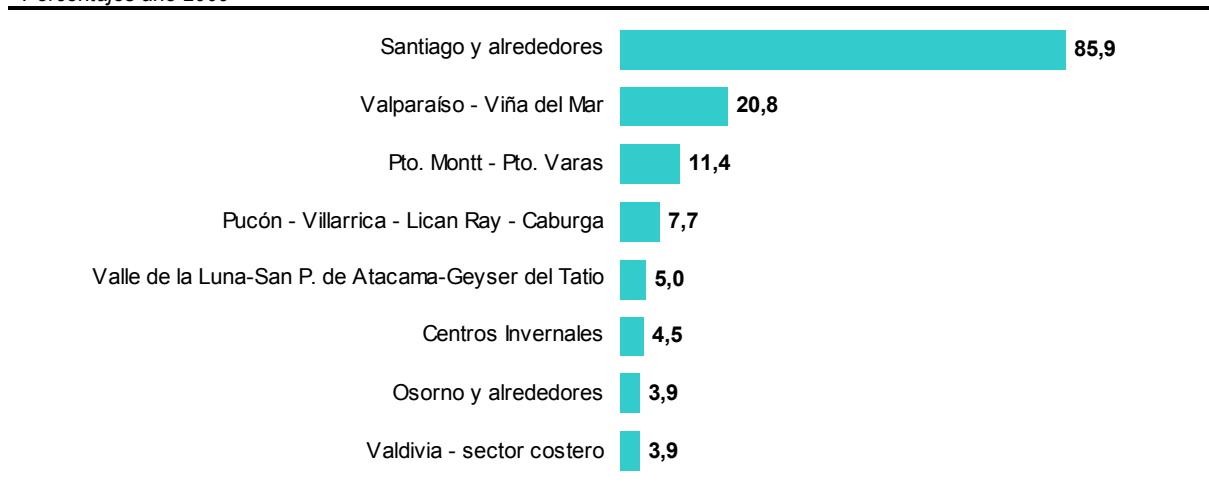
Gráfico 72. Servicios de alimentación utilizados por turistas procedentes de Brasil  
 Distribución porcentual. Año 2009.



#### 5.4.6 Otras características

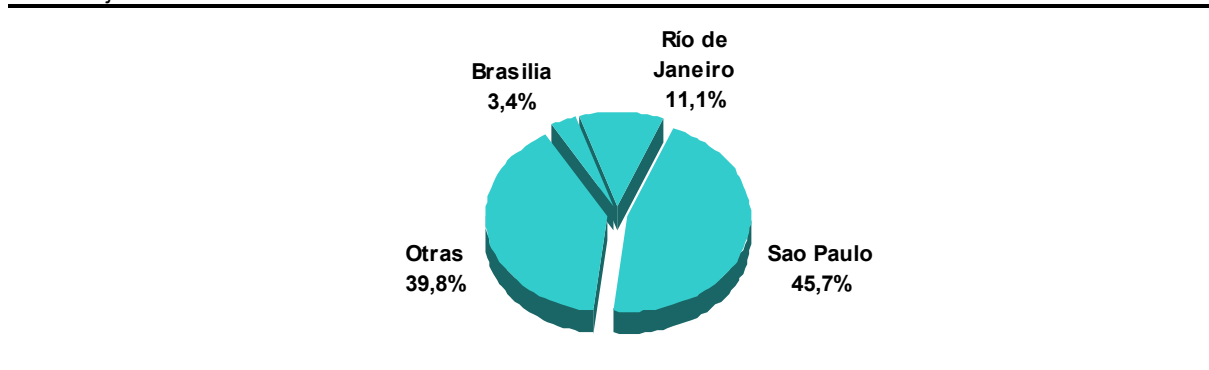
El turista con residencia en Brasil concentra su viaje preferentemente en la zona central de Chile. Durante el 2009, el 85,9% de los turistas de este mercado visitaron Santiago o sus alrededores, mientras que el 20,8% viajó a la zona costera comprendida por Valparaíso y Viña del Mar. La ida a los centros invernales, con el fin de practicar deportes de temporada, decreció considerablemente en -76,8% en relación al año pasado, alcanzando solo el 4,5% de las visitas para este año.

Gráfico 73. Destinos frecuentes visitados por los turistas residentes en Brasil  
Porcentajes año 2009



Los turistas con residencia en Brasil provienen mayoritariamente de la ciudad de Sao Paulo, con 98.372 turistas.

Gráfico 74. Ciudad de residencia de los turistas procedentes de Brasil  
Porcentajes año 2009

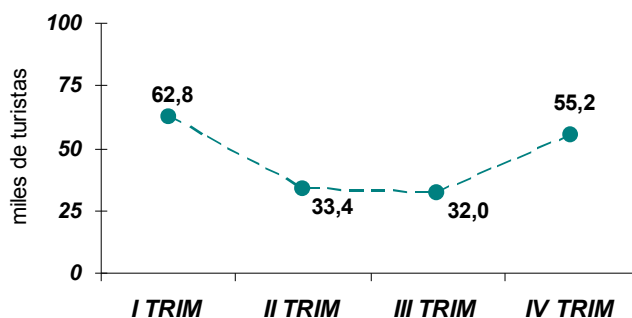


#### 5.5 Estados Unidos

En el año 2009 creció levemente el número de llegadas de turistas residentes en Estados Unidos, alcanzando la cifra de 183.359 turistas, un 0,8% más que el 2008, quienes mayoritariamente nos visitan en época de primavera - verano (primer y cuarto trimestre), época que concentró el 64,3% del total de llegadas del año.

A su vez, el mercado turístico de este país es uno de los principales países emisores de divisas hacia el nuestro, concentrando el 12,4% del total durante el 2009, lo que equivale a 195,7 millones de dólares, lo que se ve reflejado en 81,6 dólares en gasto promedio diario individual por turista durante su viaje. Esto se debe a la permanencia de 13,1 días del turista proveniente de este mercado en Chile, un día menos que el año anterior.

Gráfico 75. Estacionalidad de la llegada de turistas residentes en Estados Unidos  
*Llegadas trimestrales en miles de turistas, año 2009*

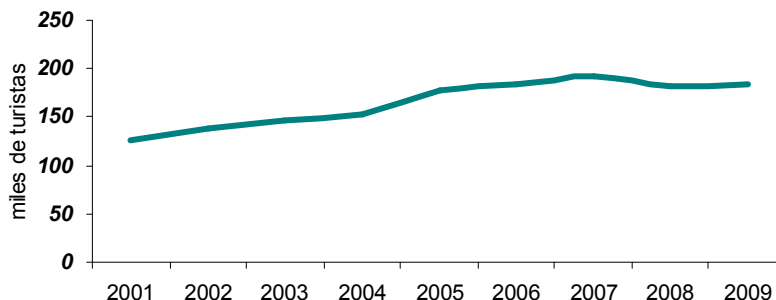


### 5.5.1 Tendencia histórica

Hasta el año 2007 la llegada de turistas residentes en Estados Unidos había experimentado un crecimiento sostenido desde principios de la década, con una tasa de crecimiento del 7,5%. No obstante durante el año 2008 se registró la menor tasa de variación con respecto al año anterior en la llegada de turistas, con un -5,5%. Para el año 2009 el crecimiento fue muy conservador, llegando al 0,8% en relación al año 2008. No obstante esta leve alza no fue capaz de alcanzar la obtenida en el año 2007, año en el que se logró el último crecimiento más significativo.

La tendencia muestra un estancamiento temporal en el crecimiento de este mercado dado que la tasa media de crecimiento anual ha ido disminuyendo año a año. Es así como en el período 2001 a 2006 ésta fue de 7,9%; para el período 2001 a 2007 fue de 7,5%, para el período 2001 a 2008 fue de 5,5% y para el periodo 2001 a 2009 fue de 4,9%.

Gráfico 76. Tendencia histórica de las llegadas de turistas residentes en Estados Unidos  
*Serie años 2001 – 2008 en miles de llegadas.*



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

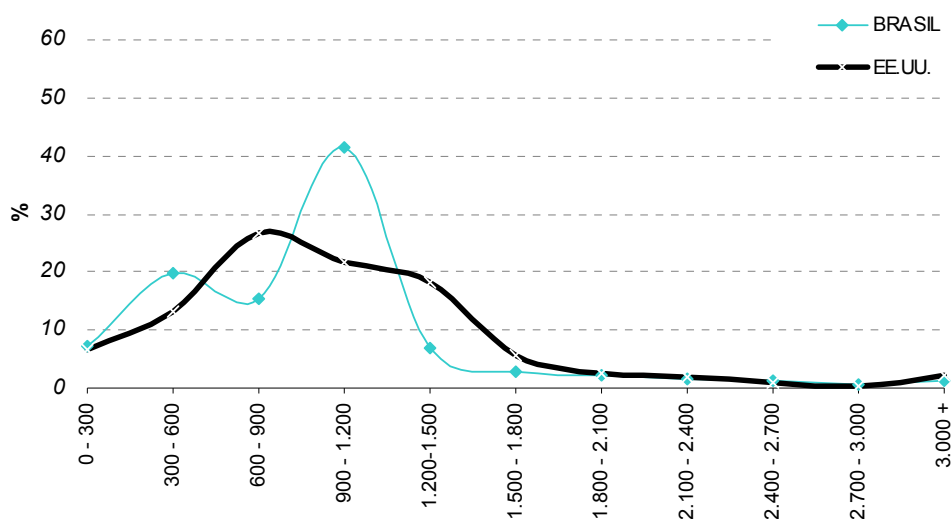


### 5.5.2 Distribución del gasto medio

El año 2009, el gasto medio de los turistas residentes en Estados Unidos se situó en los 1.067,5 dólares promedio, más del 100% que la media total anual que registra el país, ocupando el tercer lugar del ranking en ingreso de divisas.

Los turistas residentes en Estados Unidos tienen un gasto total individual principalmente entre los 600 y los 1.500 dólares, con un 66,5% del total de gasto, porcentaje muy similar al que realizan los turistas brasileros, con un 63,7%. Si se compara con el máximo porcentaje de gastos obtenido, el turista brasileño gasta más que un turista de EE.UU., no obstante, en términos acumulados, los mayores valores se sitúan prácticamente en los mismos tramos de gastos.

Gráfico 77. Distribución del gasto medio de los turistas residentes en Estados Unidos y en Brasil  
*Comparación porcentual año 2009.*



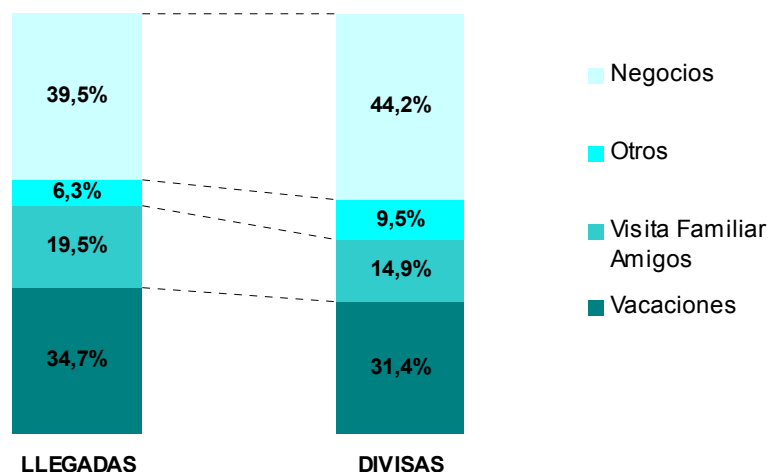
### 5.5.3 Motivación principal del viaje

La gran mayoría de los turistas con residencia en Estados Unidos visitan nuestro país por motivos de negocios. Durante el año 2009, fueron unos 72 mil turistas, el 39,5%, quienes generaron el 44,2% del total de divisas de este mercado.

Los turistas llegados por vacaciones disminuyeron en 12,4%, en relación al año 2008, mientras que las personas que ingresaron por motivos de negocios aumentaron en un 19,0%, en relación al año anterior. Los motivos vacacionales fueron un 34,7% del total, con un poco más de 63 mil turistas del total, aportando el 31,4% del total de divisas, de este mercado.

Aquellos turistas que visitan a familiares o amigos en nuestro país, correspondieron al 19,5% del total de llegadas de residentes en Estados Unidos, con más de 35 mil personas, lo que representa un crecimiento respecto del año anterior del 6,1%, y un aporte de divisas del orden del 14,9%.

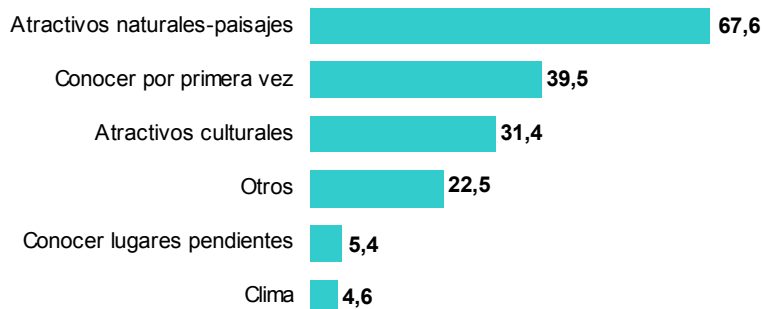
Gráfico 78. Distribución de la llegada de turistas residentes en Estados Unidos y del ingreso de divisas según el motivo del viaje  
 Porcentajes año 2009.



Nota: Otros incluye salud , estudios y otros motivos

Del grupo de turistas que viene a Chile por motivos vacaciones y/u ocio, un 67,6% vienen atraídos por los atractivos naturales y paisajes de nuestro país, mientras que el 39,5% lo hace por conocer nuevos destinos o lugares.

Gráfico 79. Motivación del viaje de los turistas residentes en Estados Unidos que viajan por ocio-vacaciones  
 Porcentajes año 2009

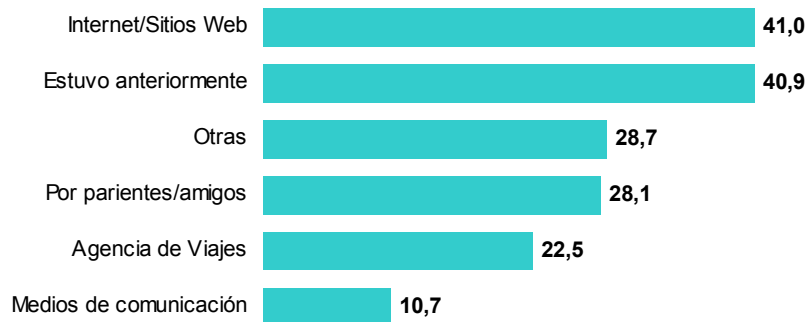


#### 5.5.4 Uso de Internet

Un 41,0% de los turistas, con residencia en Estados Unidos hicieron uso de Internet como medio para informarse de Chile. Un 40,9% dice haber estado anteriormente, y un 22,5% lo hizo a través de agencias de viaje.

Gráfico 80. Medio para informarse respecto a Chile, por parte de los turistas residentes en Estados Unidos

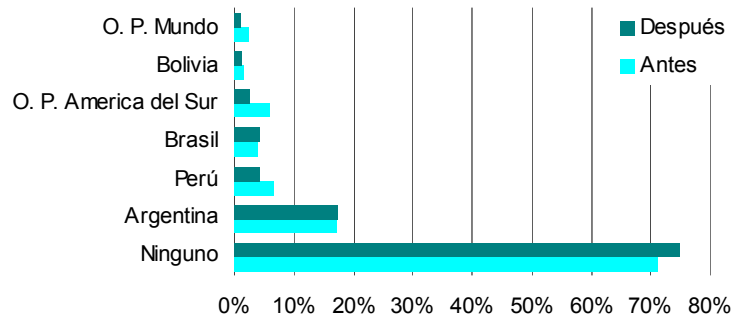
Porcentajes año 2009



Chile es elegido como destino turístico exclusivo por un 71,3% de los residentes en Estados Unidos, esto es, no pernoctan en otro lugar antes de llegar al país. La segunda mayoría, un 17,3%, visita Argentina antes de su estadía en Chile.

Gráfico 81. Países visitados antes y después del viaje a Chile por los turistas residentes en Estados Unidos

Porcentajes año 2009



A su vez, del total de turistas residentes en Estados Unidos, un 54,5% visita Chile por primera vez y del 45,5% restante, que sí lo han visitado, un 52,1% lo ha hecho en más de tres oportunidades.

Gráfico 82. Turistas residentes en EE.UU. que visitan Chile por primera vez

Distribución porcentual. Año 2009

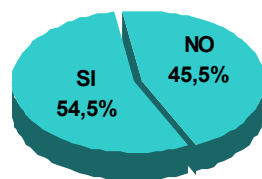
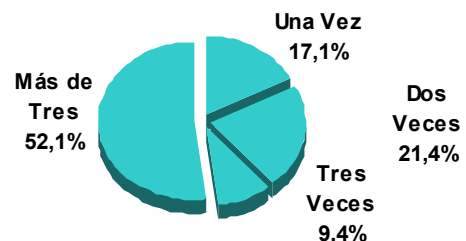


Gráfico 83. Cantidad de veces que turistas residentes en EE.UU. han venido a Chile

Distribución porcentual. Año 2009.



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

Por concepto de alojamiento y alimentación, el hotel y el restaurante, respectivamente, son los servicios turísticos mayoritariamente utilizados por los residentes en Estados Unidos que llegan a nuestro país. Sin embargo, cabe destacar la importancia relativa de la alimentación y alojamiento de bajo costo, especialmente por la preparación de la propia comida o la utilización de casa de conocidos, lo que responder al comportamiento de quienes vienen principalmente por intercambio estudiantil.

Gráfico 84. Servicios de alojamiento utilizados por turistas residentes en Estados Unidos  
*Distribución porcentual. Año 2009.*

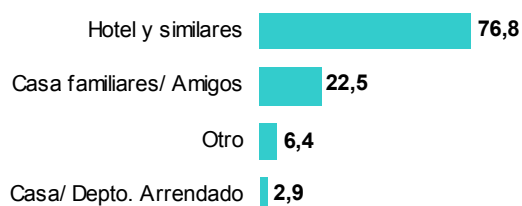
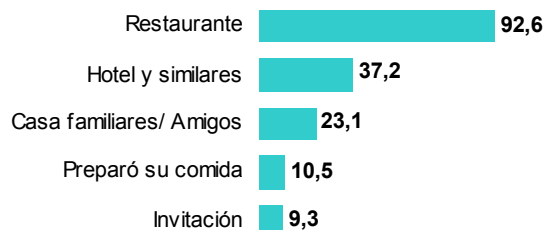


Gráfico 85. Sistema de alimentación utilizado por turistas residentes en Estados Unidos  
*Distribución porcentual. Año 2009.*

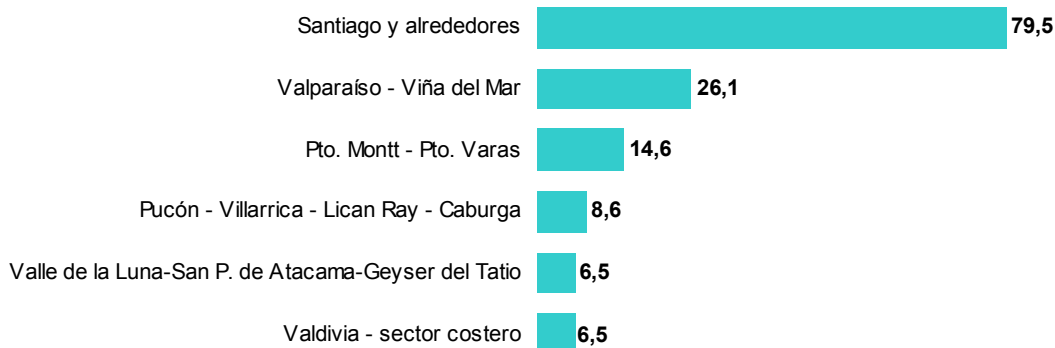


### 5.5.6 Otras características

El 79,5% del turista residente en Estados Unidos permanece al menos una noche en Santiago, producto a que la llegada de estos se concentra principalmente por el Aeropuerto de Santiago. El 26,1% visita la región costera de Valparaíso y Viña del Mar. La zona sur es de gran atractivo para ellos, siendo Puerto Montt y Puerto Varas el principal centro receptor, recibiendo el 14,6% del total de turistas de Estados Unidos.

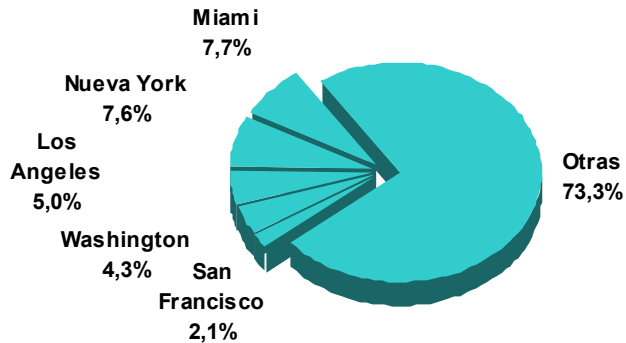
En el extremo norte privilegiaron principalmente el Valle de la Luna, San Pedro de Atacama y los Geysers del Tatio, con el 6,5% de las preferencias.

Gráfico 86. Destinos más frecuentes de los turistas residentes en Estados Unidos.  
*Porcentajes, año 2009*



Unos 13 mil turistas residentes en Estados Unidos provienen de Nueva York, mientras que 14 mil lo hacen desde Miami y más de 8 mil provienen desde la capital, Washington D.C.

Gráfico 87. Ciudad de residencia de turistas procedentes de Estados Unidos  
Porcentajes, año 2009



## 5.6 Canadá y México

El año 2009 registró un total de 37.055 arribos de turistas residentes en Canadá, lo que representa una disminución del 4,6% en las llegadas de turistas canadienses, con respecto al 2008. Éstos realizaron un gasto medio de 1.072,3 dólares, lo que representa un gasto diario individual de 81,3 dólares, dejando divisas por sobre los 39 millones de dólares, con un decrecimiento del 19,7% respecto al año 2008.

A su vez, la llegada de turistas provenientes de México, disminuyó en un 15,5% respecto al año anterior, alcanzando sólo a 28.866 arribos. El nivel de gasto efectuado fue de 1.102,8 dólares, lo que representa un gasto diario individual de 106,3 dólares. Lo anterior significó un ingreso de divisas de 31,8 millones de dólares, con un decrecimiento del 5,7%, en relación al año anterior.

Si bien estos mercados no se caracterizan por contribuir con un volumen significativo de turistas, representando sólo alrededor del 2,4% del total, presentan un mayor nivel de gasto medio con respecto a mercados fronterizos como lo son el argentino, peruano y boliviano, siendo incluso superior al del mercado estadounidense.

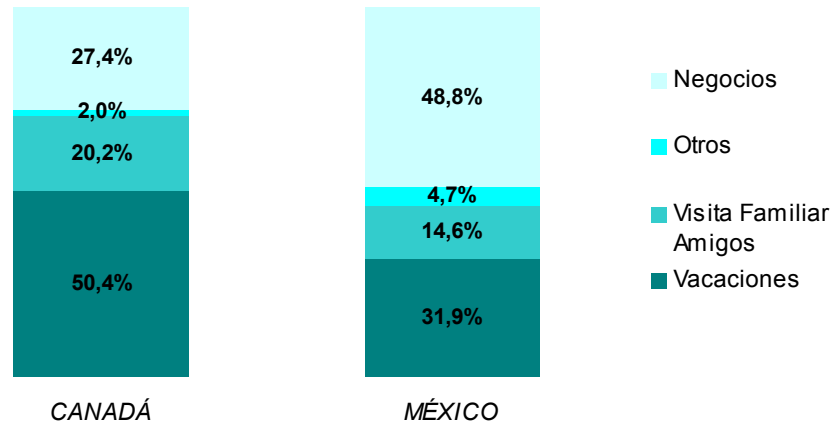
### 5.6.1 Motivación principal del viaje

La principal razón para venir a Chile por parte de los turistas residentes en Canadá y México difiere entre un mercado y el otro. Mientras los canadienses vienen motivados por vacaciones, con un 50,4%, los mexicanos lo hacen por negocios, con el 48,8%. El turista residente en México tiene una estadía de 10,4 días y el residente en Canadá permanece en el país 13,2 días.

Los viajes por motivos familiares son importantes para el mercado canadiense, debido a que es uno de los países que albergan chilenos en el exterior. Durante el 2009, un 20,2% de los residentes en Canadá vinieron a Chile a visitar a sus familiares y/o amigos, poco más de 7 mil turistas.

El motivo vacaciones atrae a buena parte de los turistas residentes en México, llegando al 31,9% del total, unos 9 mil turistas, quienes durante su estadía gastan una cantidad que en promedio llega a los 953,0 dólares.

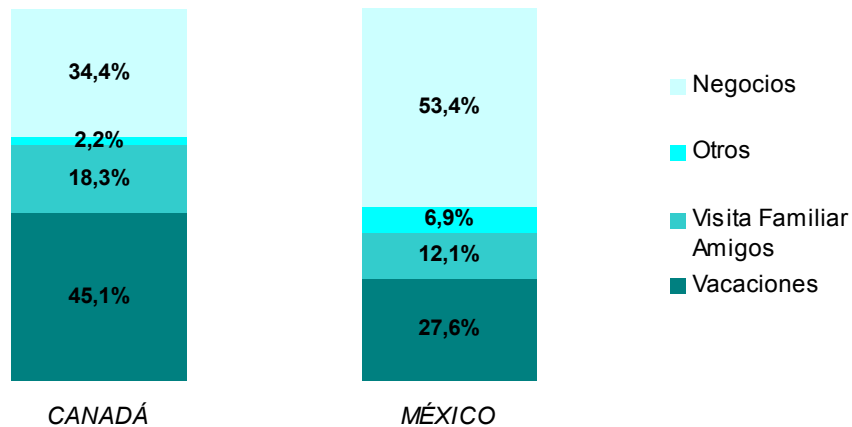
Gráfico 88. Motivación principal del viaje de los turistas residentes en Canadá y México  
Comparación porcentual. Año 2009.



Nota: Otros incluye salud , estudios y otros motivos

En relación al ingreso de divisas, los canadienses aportan mayoritariamente por motivo de vacaciones con el 45,1% del total de divisas, que en cifras se traduce a 17,9 millones de dólares, por el contrario, los mexicanos realizan un mayor aporte por motivo de negocios, con el 53,4%, es decir, unos 17 millones de dólares.

Gráfico 89. Ingreso de divisas de los turistas residentes en Canadá y México, considerando el motivo del viaje  
Comparación porcentual. Año 2009.



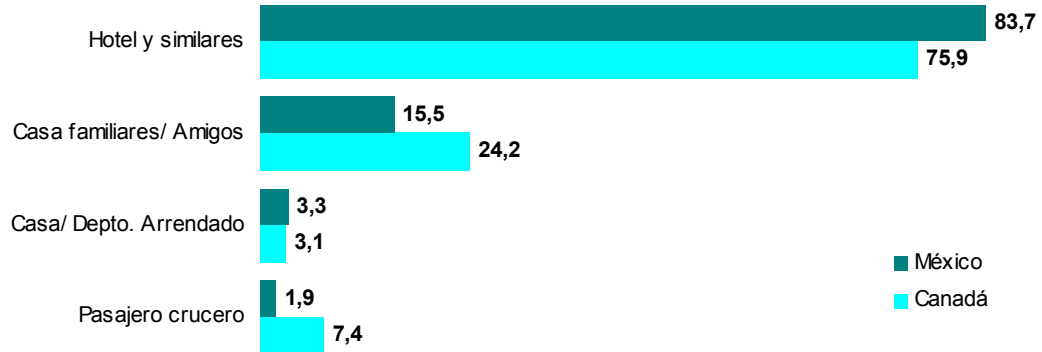
Nota: Otros incluye salud , estudios y otros motivos

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

Tanto el hotel como la casa de familiares o amigos son los principales servicios de alojamientos utilizados en Chile. Sin embargo, el hotel es lejos el principal tipo de alojamiento preferido por los residentes de estos mercados, siendo los turistas mexicanos los que marcaron una mayor tendencia a ocuparlos, lo que puede estar relacionado a su

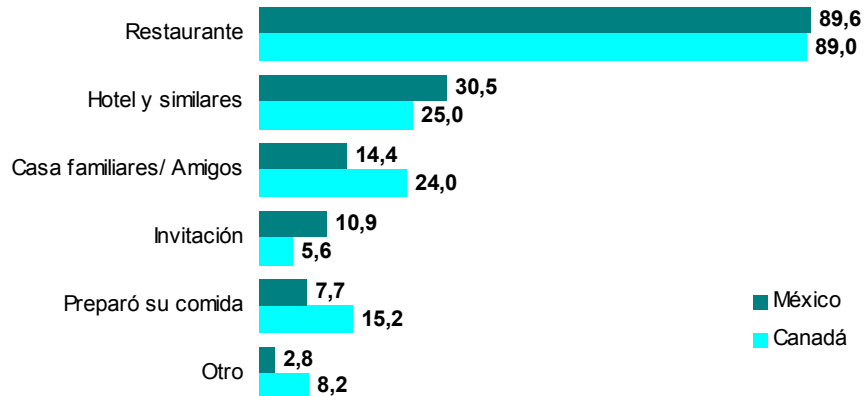
mayor motivación por negocios y asistencia a congresos o seminarios en Chile. El segundo tipo de alojamiento utilizado es la casa de familiares y/o amigos, siendo preferentemente más demandado por los turistas canadienses que por los turistas mexicanos, con una diferencia de 8,7%.

Gráfico 90. Comparación del servicio de alojamiento de los turistas residentes en México y Canadá  
Comparación porcentual. Año 2009.



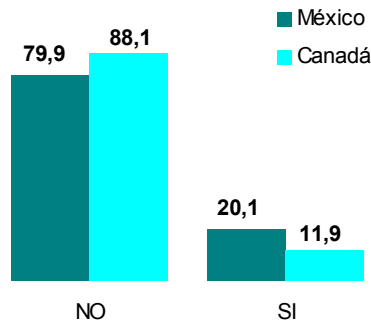
Tanto los turistas residentes en Canadá como los residentes en México tienen una mayor preferencia por los restaurantes como principal servicio de alimentación.

Gráfico 91. Comparación del servicio de alimentación de los turistas residentes en México y Canadá  
Comparación porcentual. Año 2009.



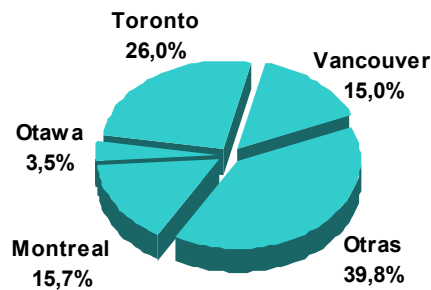
Durante el año 2009, el 20,1% de los turistas residentes en México contrataron servicios turísticos por medio de una agencia de viaje en su país, y sólo el 11,9% de los turistas canadienses contrataron estos servicios en su país.

Gráfico 92. Proporción de turistas residentes en México y Canadá que compran servicios a agencias de viajes  
*Comparación porcentual. Año 2009.*



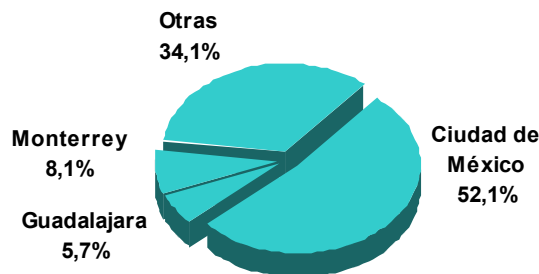
Las ciudades de origen de los turistas residentes en Canadá son Toronto, su capital, con más de 9 mil llegadas que en porcentajes es el 26,0%, seguido por Montreal y Vancouver, con el 15,7% y el 15,0%, respectivamente.

Gráfico 93. Ciudad de residencia de los turistas residentes en Canadá  
*Comparación porcentual. Año 2009.*



A su vez, los turistas residentes en México provienen principalmente de su capital, Ciudad de México, con un poco más de 15 mil turistas (52,1%), seguido por Monterrey (8,1%) y Guadalajara (5,7%).

Gráfico 94. Ciudad de residencia de los turistas procedentes de México  
*Comparación porcentual. Año 2009.*



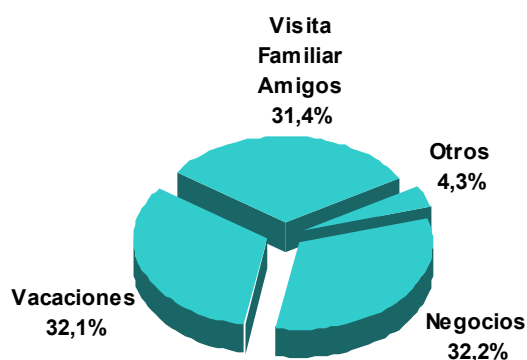


## 5.7 España

El mercado español tuvo un decrecimiento durante el año 2009 de un -10,1% con respecto al año 2008, con 63.407 llegadas, con 2 semanas y media de permanencia, con un gasto medio de 1.334,6 dólares, lo cual es un 10,5% superior al del año pasado. Estos turistas aportaron divisas por 84,6 millones de dólares durante el 2009, convirtiéndose en el primer mercado turístico emisor de la comunidad europea hacia Chile, en el ingreso de divisas.

La principal motivación de los españoles para viajar a Chile son las vacaciones y los negocios, con un 32,1% y un 32,2%, respectivamente. La visita a familiares motivó el viaje del 31,4% de los residentes en España, lo cual tiene que ver posiblemente con el hecho que España es el octavo país en el mundo con mayor cantidad de chilenos residentes en el exterior, con casi 25 mil coterráneos<sup>9</sup>.

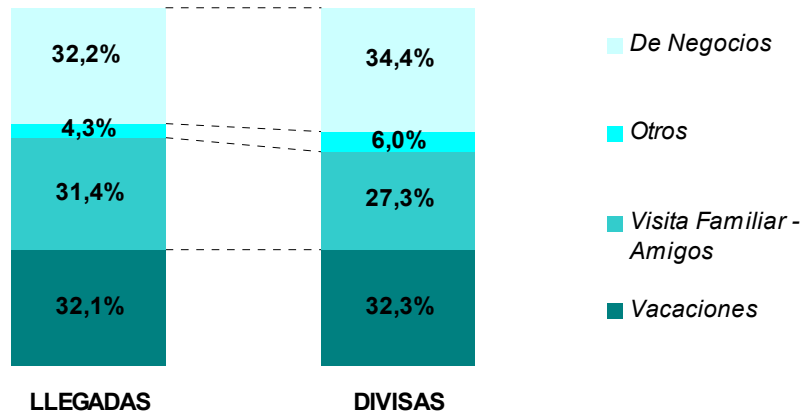
Gráfico 95. Motivación principal del viaje de los turistas residentes en España  
Porcentajes. Año 2009.



Los turistas con residencia en España que visitaron nuestro país por motivos vacacionales, el 2009, generaron el 32,3% del total de divisas de este mercado, con 27,3 millones de dólares. Los motivos de negocios aportaron el 34,4% del total de divisas, cerca de 29,2 millones de dólares, de este mercado. Aquellos turistas que visitan a familiares o amigos en nuestro país, hicieron un aporte de divisas del orden del 27,3%, aproximadamente 23,1 millones de dólares.

<sup>9</sup> Censos de población de países y registro INE-DICOEX 2003-2004

Gráfico 96. Distribución de la llegada de turistas residentes en España y el ingreso de divisas según el motivo del viaje  
 Porcentajes año 2009.



Nota: Otros incluye salud , estudios y otros motivos

El principal tipo de alojamiento utilizado por los residentes en España es el hotel, llegando al 70,7% del total, luego viene la casa de familiares con un 37,7%. A su vez, el 4,1% de los turistas utilizan casas o departamentos arrendados.

El restaurante es el principal servicio de alimentación, con un 93,5% de las preferencias. Le siguen las casas de familiares o amigos que representan el 35,5%.

Gráfico 97. Servicios de alojamiento utilizados por los turistas residentes en España  
 Distribución porcentual. Año 2009.

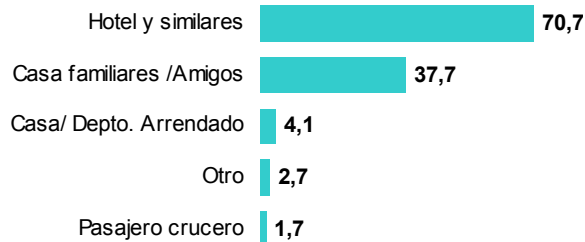
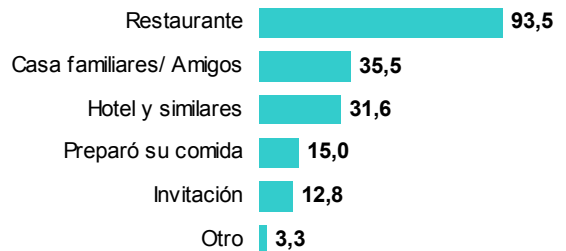
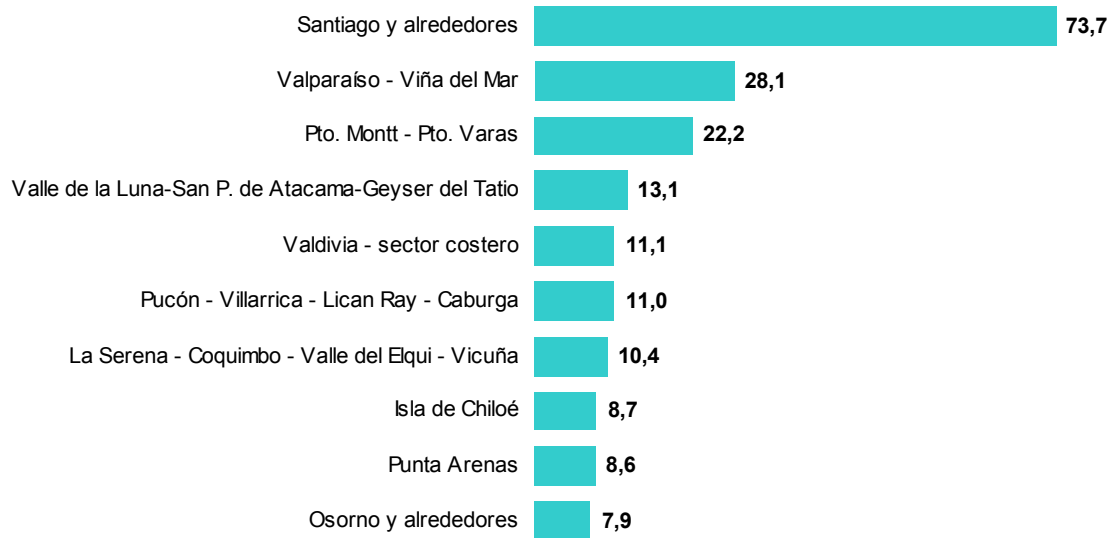


Gráfico 98. Servicios de alimentación utilizados por los turistas residentes en España  
 Distribución porcentual. Año 2009.



El turista residente en España se caracteriza por concentrar su viaje tanto en Santiago, 73,7%, como en la zona de Valparaíso – Viña del Mar, 28,1%. Un tercer destino visitado se ubica en la zona sur, en el sector de Puerto Montt y Puerto Varas, con un 22,2%. Otros destinos internacionales típicos de Chile, como Valle de Luna, San Pedro de Atacama y Los Geysers del Tatio fueron visitados por el 13,1% de los turistas españoles.

Gráfico 99. Principales destinos visitados por los turistas residentes en España durante la estadia en Chile  
 Porcentajes. Año 2009.

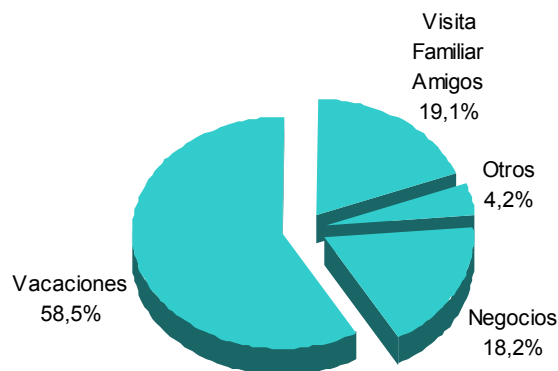


## 5.8 Alemania

En el año 2009 el mercado turístico alemán experimentó un decrecimiento del -3,5% respecto del 2008, alcanzando a las 62.881 llegadas, con lo que se ubicó como el segundo emisor de turistas de Europa a nuestro país, en este período. Su nivel de gasto medio disminuyó en un -0,7% llegando a los 1.189,4 dólares, generando un ingreso de divisas de más de 74 millones de dólares.

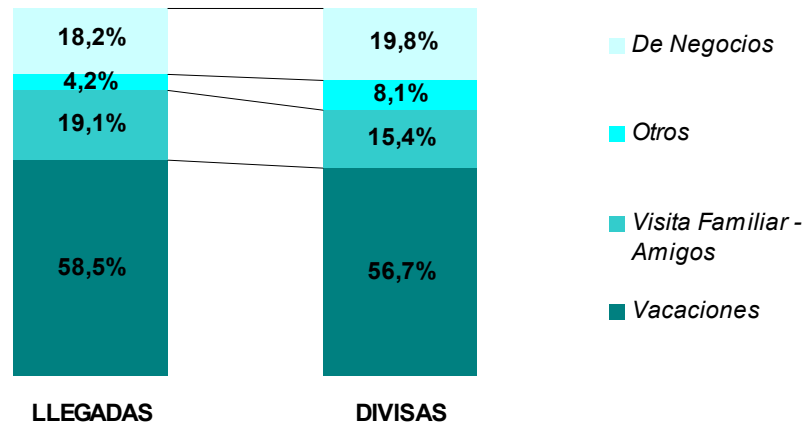
El turista residente en Alemania permanece en Chile casi 3 semanas. Su principal motivación es el ocio y las vacaciones, 58,5%, lo que significó más de 36 mil llegadas. El 19,1% viene principalmente a visitar a familiares o conocidos, unas 12 mil llegadas. A su vez, la proporción de turistas que visitan Chile motivados por negocios fue el 18,2% de las llegadas, esto es, sobre 11 mil llegadas.

Gráfico 100. Motivación principal del viaje de los turistas residentes en Alemania  
 Porcentajes. Año 2009



Los turistas con residencia en Alemania que visitaron nuestro país por motivos vacacionales generaron el 56,7% del total de divisas de este mercado, 42,4 millones de dólares. Los motivos de negocios aportaron el 19,8% del total de divisas, sobre 14 millones de dólares, de este mercado. Aquellos turistas que visitan a familiares o amigos en nuestro país aportaron divisas del orden del 15,4%, esto es 11,5 millones de dólares.

Gráfico 101. Distribución de la llegada de turistas residentes en Alemania y el ingreso de divisas según el motivo del viaje  
Porcentajes año 2009.



Nota: Otros incluye salud , estudios y otros motivos

El hotel es el principal tipo de alojamiento elegido por estos turistas con el 80,8% de las llegadas. Las casas de familiares y/o amigos fueron utilizadas en un 23,3%.

El restaurante es el principal medio de alimentación utilizado por los turistas alemanes, con el 94% de estos, lo que es complementado con los menús ofrecidos en el hotel donde se alojan, utilizado por el 36,3% de ellos, así como también las casas de familiares/amigos o la preparación de comida en forma independiente, que es usual en viajes de aventura.

Gráfico 102. Servicios de alojamiento utilizados por los turistas residentes en Alemania

Distribución porcentual. Año 2009.

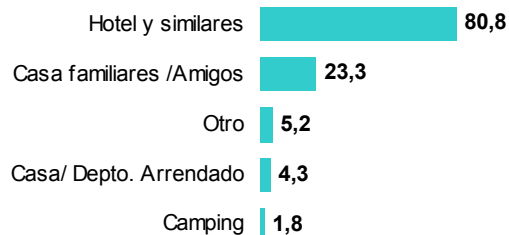
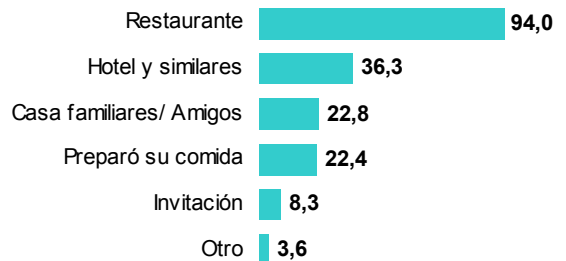


Gráfico 103. Servicios de alimentación utilizados por los turistas residentes en Alemania

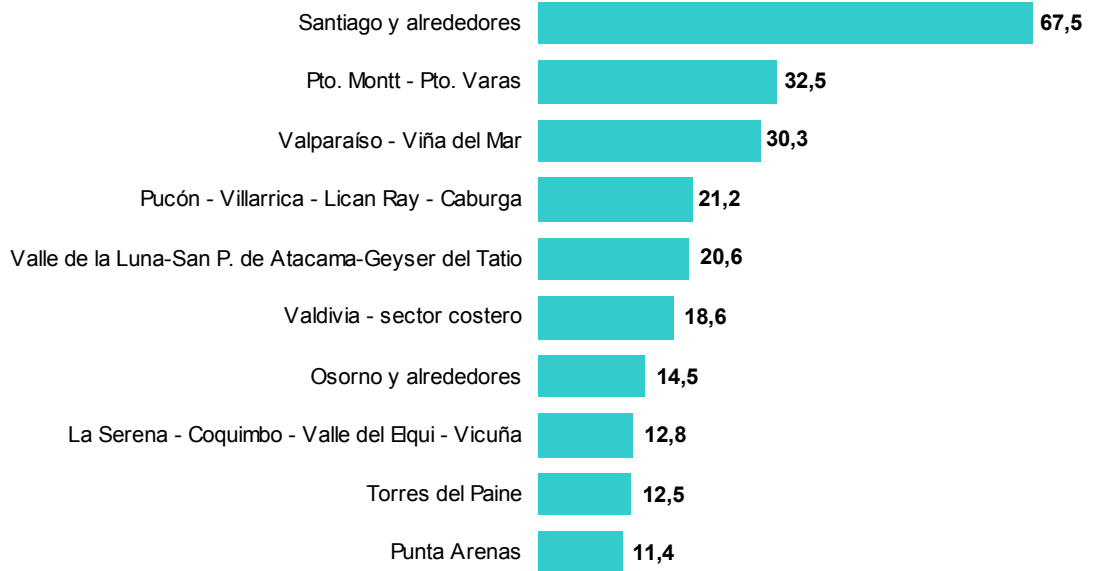
Distribución porcentual. Año 2009.



Es posible que los alemanes puedan visitar una gran cantidad de destinos dentro de Chile, tanto de la zona norte, centro y sur del país, debido a la larga permanencia en Chile de los turistas residentes en Alemania. La zona central es la más visitada debido a la proximidad con el aeropuerto internacional, destacándose Santiago y alrededores (67,5%) y la zona costera de la Región de Valparaíso (30,3%). Le sigue la zona sur, en que los sectores de

Puerto Montt y Puerto Varas (32,5%) tienen una alta incidencia, debido principalmente a la gran colonia alemana allí existente, como también visitan la zona de Pucón – Villarrica (21,2%). La zona austral del país, donde se encuentran los destinos de Punta Arenas y Torres del Paine, es visitada por el 11,4% y el 12,5% de estos turistas, respectivamente. Finalmente, en la zona norte, se destacan las visitas al sector de San Pedro de Atacama (20,6%), y el sector interior y costero de la Región de Coquimbo (12,8%).

Gráfico 104. Principales destinos visitados por los turistas residentes en Alemania durante la estadía en Chile  
 Porcentajes. Año 2009.

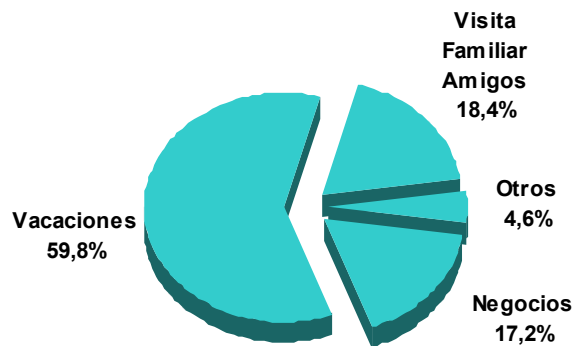


## 5.9 Francia

Durante el 2009 se registraron 64.538 llegadas de turistas residentes en Francia, un 11,0% más que el año anterior. El turista francés permanece en Chile casi 3 semanas, realizando en promedio un gasto total de 1.182,3 dólares, y un gasto diario promedio individual de 58,6 dólares, lo que significó un ingreso de divisas de 76,3 millones de dólares, un 19,6% más que el 2008.

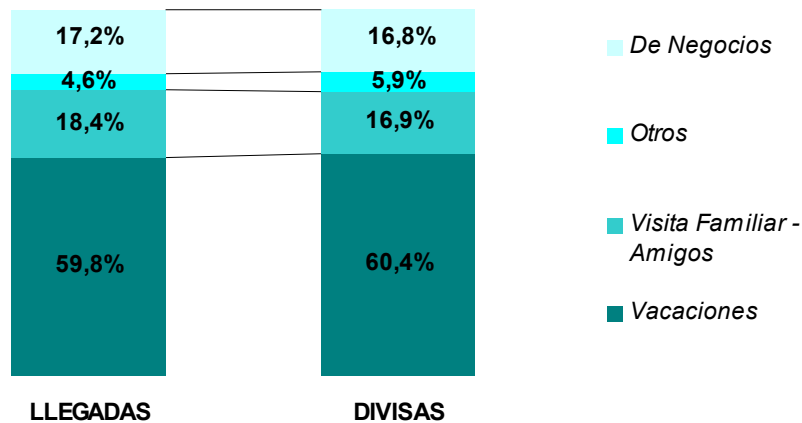
La mayor parte de estos turistas visitan el país por motivo de vacaciones, sobre las 38 mil llegadas, un 59,8%. El turismo de negocios representó el 17,2%, con 11 mil llegadas y la visita a familiares o amigos, con casi 12 mil llegadas, aportó con el 18,4% de llegadas de turistas residentes en Francia.

Gráfico 105. Motivación principal del viaje de los turistas residentes en Francia  
 Porcentajes. Año 2009.



Los turistas con residencia en Francia que visitaron nuestro país por motivos vacacionales generaron el 60,4% del total de divisas de este mercado, 46,1 millones de dólares. Los motivos de negocios aportaron el 16,8% del total de divisas (12,8 millones de dólares). Aquellos turistas que visitan a familiares o amigos en nuestro país aportaron divisas del orden del 16,9% (12,9 millones de dólares).

Gráfico 106. Distribución de la llegada de turistas residentes en Francia y el ingreso de divisas según el motivo del viaje  
 Porcentajes año 2009.



Nota: Otros incluye salud , estudios y otros motivos

El hotel es el principal sistema de alojamiento utilizado por más de la mitad de los turistas residentes en Francia (79,9%). Las casas de familiares y amigos ocupan un lugar preferente dentro de las opciones de alojamiento para los franceses (25,1%).

El restaurante es usado por un 94,3% de estos turistas, lo que es complementado con las comidas ofrecidas en el hotel donde se alojan, el 33,1% de los turistas con residencia en Francia.

Gráfico 107. Servicios de alojamiento utilizados por los turistas residentes en Francia  
Distribución porcentual. Año 2009.

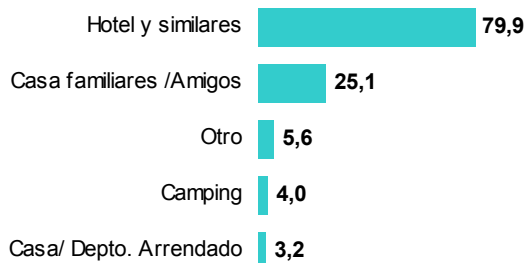
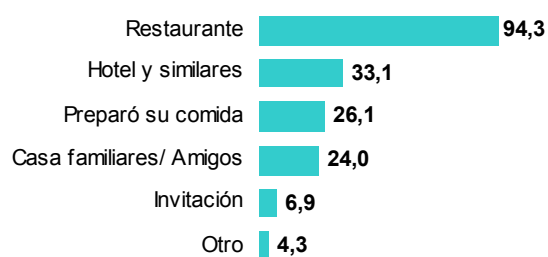
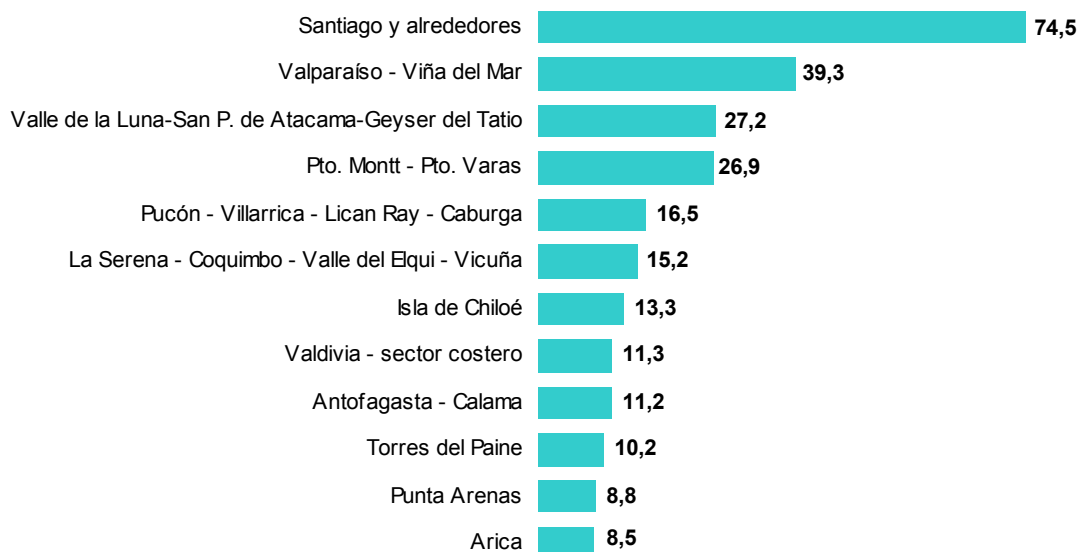


Gráfico 108. Servicios de alimentación utilizados por los turistas residentes en Francia  
Distribución porcentual. Año 2009.



Santiago y sus alrededores recibe un 74,5% de las visitas y Valparaíso – Viña del Mar un 39,3% de ellas. Además, existe un importante volumen de estos turistas que visitan la zona norte, el sur y el extremo austral del país. Es así que el 27,2% visitan el sector de San Pedro de Atacama, mientras que en la Región de Coquimbo, tanto al Valle del Elqui como al litoral, llega el 15,2% de estos turistas. La zona de Puerto Montt y Puerto Varas es visitada por el 26,9%, mientras que el extremo austral, Punta Arenas y Torres del Paine, es visitada por el 8,8% y 10,2%, respectivamente.

Gráfico 109. Principales destinos visitados por los turistas residentes en Francia durante la estadía en Chile  
Porcentajes. Año 2009.

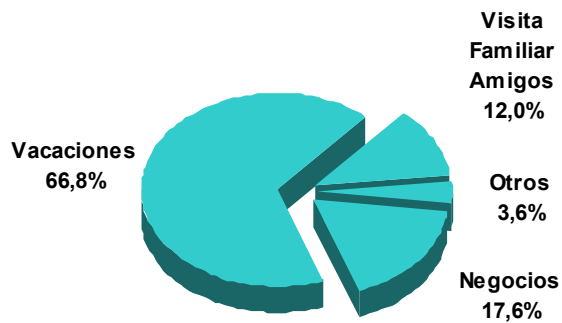


## 5.10 Inglaterra

En el año 2009 se registró un total de 47.956 llegadas de turistas con residencia en Inglaterra, un 14,0% menos que el año anterior y que permanecieron en nuestro país por casi 2 semanas, con un gasto de 972,0 dólares, alrededor de 77 dólares diarios. Esto se tradujo en un ingreso de divisas de 46,6 millones de dólares.

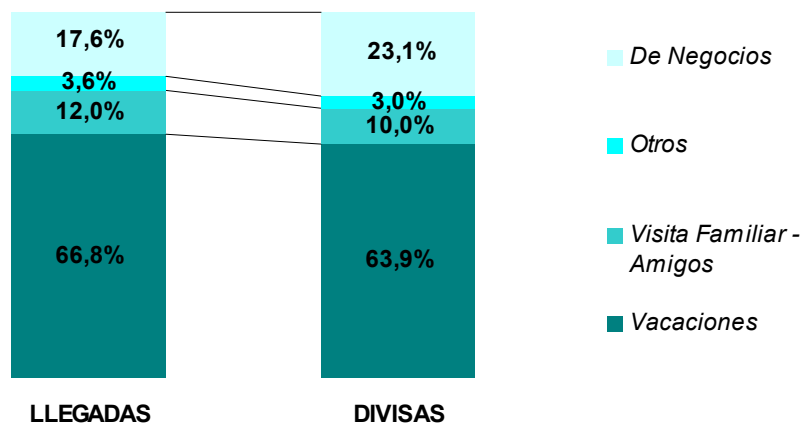
El 66,8% de los ingleses que nos visitan lo hacen motivados por vacaciones, 32 mil personas. Le sigue el turismo de negocios que concentran el 17,6% del total de llegadas, con 8.442 turistas. Un 12,0% tienen como motivación principal la visita a familiares o amigos en nuestro país, lo que atrajo 5,7 mil turistas.

Gráfico 110. Motivación principal del viaje de los turistas residentes en Inglaterra  
 Porcentajes. Año 2009.



Los turistas con residencia en Inglaterra que visitaron nuestro país por motivos vacacionales generaron el 63,9% del total de divisas de este mercado, con 29,8 millones de dólares. Los motivos de negocios aportaron el 23,1% del total de divisas, con 10,8 millones de dólares. Aquellos turistas que visitan a familiares o amigos en nuestro país aportaron divisas del orden del 10,0%, con 4,7 millones de dólares.

Gráfico 111. Distribución de la llegada de turistas residentes en Inglaterra y el ingreso de divisas según el motivo del viaje  
 Porcentajes año 2009.



Nota: Otros incluye salud , estudios y otros motivos

El hotel es el principal tipo de alojamiento elegido por los turistas residentes en Inglaterra, siendo utilizado por el 86,7%. Las casas de familiares son usadas como alternativa de alojamiento en el 16,1% de los casos. El restaurante es utilizado por casi la totalidad de



estos turistas en alguna parte de su viaje, con un 94,0% del total, seguido por la alimentación en el hotel en donde se hospedan, con el 38,1%.

Gráfico 112. Servicios de alojamiento utilizados por los turistas residentes en Inglaterra  
*Distribución porcentual. Año 2009.*

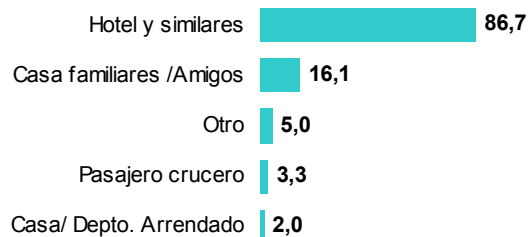
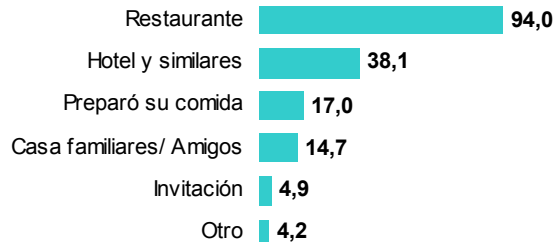
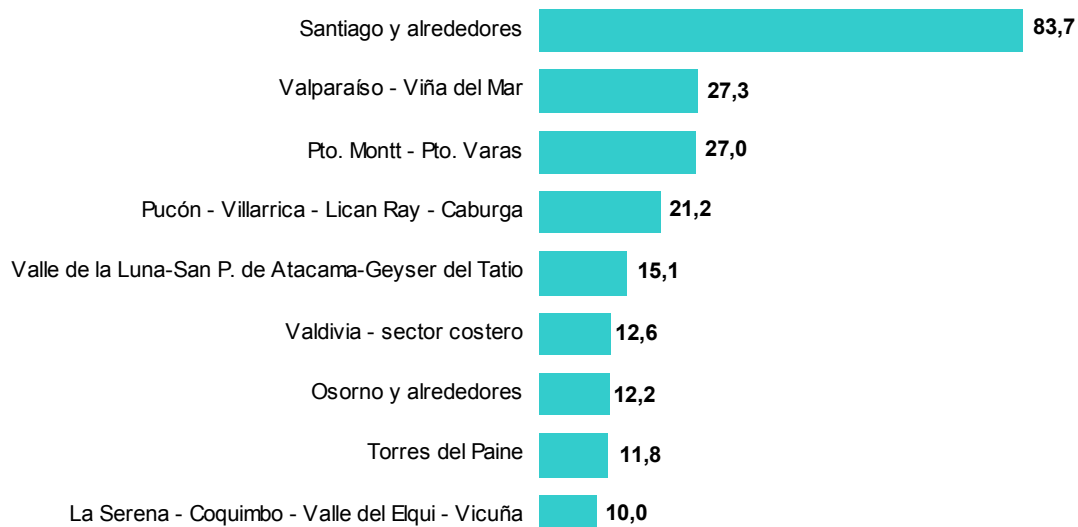


Gráfico 113. Servicios de alimentación utilizados por los turistas residentes en Inglaterra  
*Distribución porcentual. Año 2009.*



Al igual que los demás turistas europeos, quienes residen en Inglaterra visitan principalmente la zona central del país, tanto Santiago y sus alrededores (83,7%) como la zona de Valparaíso - Viña del Mar (27,3%). Otros destinos importantes visitados por estos turistas son Puerto Montt – Puerto Varas, Pucón -Villarrica, San Pedro de Atacama, Valdivia, Osorno, Torres del Paine y los sectores, con más del 10,0% de las preferencia en cada destino.

Gráfico 114. Principales destinos visitados por los turistas residentes en Inglaterra durante la estadía en Chile  
*Porcentajes. Año 2009.*



## ANEXOS<sup>10</sup>

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

| PAÍS DE RESIDENCIA              | AÑO 2009            |                             |  |                                |                              |
|---------------------------------|---------------------|-----------------------------|--|--------------------------------|------------------------------|
|                                 | Llegada de Turistas | Permanencia Promedio (días) | Gasto Promedio Diario Individual (dólares) | Gasto Promedio Total (dólares) | Ingreso de Divisas (dólares) |
| <b>AMÉRICA</b>                  | <b>2.289.325</b>    | <b>7,7</b>                  | <b>58,8</b>                                | <b>453,1</b>                   | <b>1.037.207.475</b>         |
| ARGENTINA                       | 1.097.655           | 7,1                         | 42,6                                       | 300,7                          | 330.045.057                  |
| BOLIVIA                         | 300.025             | 5,6                         | 21,9                                       | 123,9                          | 37.173.548                   |
| PERÚ                            | 260.682             | 5,2                         | 42,8                                       | 220,8                          | 57.566.341                   |
| BRASIL                          | 215.054             | 7,7                         | 124,4                                      | 952,0                          | 204.739.088                  |
| EE.UU.                          | 183.359             | 13,1                        | 81,6                                       | 1.067,5                        | 195.744.166                  |
| CANADÁ                          | 37.055              | 13,2                        | 81,3                                       | 1.072,3                        | 39.735.790                   |
| MÉXICO                          | 28.866              | 10,4                        | 106,3                                      | 1.102,8                        | 31.835.230                   |
| O. AMÉRICA                      | 166.628             | 12,1                        | 69,4                                       | 842,4                          | 140.368.254                  |
| <b>EUROPA</b>                   | <b>373.124</b>      | <b>18,1</b>                 | <b>65,2</b>                                | <b>1.177,6</b>                 | <b>439.407.327</b>           |
| ALEMANIA                        | 62.881              | 20,4                        | 58,4                                       | 1.189,4                        | 74.790.522                   |
| ESPAÑA                          | 63.407              | 17,6                        | 75,8                                       | 1.334,6                        | 84.620.714                   |
| FRANCIA                         | 64.538              | 20,2                        | 58,6                                       | 1.182,3                        | 76.303.935                   |
| INGLATERRA                      | 47.946              | 12,6                        | 77,2                                       | 972,0                          | 46.602.151                   |
| O. EUROPA                       | 134.352             | 18,1                        | 64,5                                       | 1.169,2                        | 157.090.005                  |
| ASIA                            | 27.766              | 14,8                        | 100,8                                      | 1.494,8                        | 41.504.083                   |
| O. MUNDO                        | 68.852              | 10,2                        | 79,1                                       | 807,3                          | 55.584.592                   |
| <b>TOTAL</b>                    | <b>2.759.067</b>    | <b>9,2</b>                  | <b>61,7</b>                                | <b>570,4</b>                   | <b>1.573.703.478</b>         |
| <b>Excursionistas</b>           | <b>896.967</b>      |                             | <b>33,5</b>                                |                                | <b>30.051.577</b>            |
| <b>Visitantes</b>               | <b>3.656.034</b>    |                             | <b>60,8</b>                                |                                | <b>1.603.755.054</b>         |
| <b>Transporte Internacional</b> |                     |                             |  |                                | <b>374.065.009</b>           |
| <b>TOTAL INGRESO DE DIVISAS</b> |                     |                             |  |                                | <b>1.977.820.064</b>         |

<sup>10</sup>En los cuadros siguientes la suma de los componentes puede no coincidir con el total por redondeo de cifras.

Continuación cuadro N° 1

| PAÍS DE RESIDENCIA              | PRIMER TRIMESTRE    |                             |  |                                |                              | SEGUNDO TRIMESTRE   |                             |  |                                |                              |
|---------------------------------|---------------------|-----------------------------|--|--------------------------------|------------------------------|---------------------|-----------------------------|--|--------------------------------|------------------------------|
|                                 | Llegada de Turistas | Permanencia Promedio (días) | Gasto Promedio Diario Individual (dólares) | Gasto Promedio Total (dólares) | Ingreso de Divisas (dólares) | Llegada de Turistas | Permanencia Promedio (días) | Gasto Promedio Diario Individual (dólares) | Gasto Promedio Total (dólares) | Ingreso de Divisas (dólares) |
| <b>AMÉRICA</b>                  | <b>805.161</b>      | <b>8,6</b>                  | <b>48,1</b>                                | <b>415,9</b>                   | <b>334.842.819</b>           | <b>438.561</b>      | <b>7,4</b>                  | <b>56,6</b>                                | <b>421,0</b>                   | <b>184.651.633</b>           |
| ARGENTINA                       | 474.303             | 8,4                         | 34,3                                       | 288,2                          | 136.717.757                  | 181.371             | 6,2                         | 45,1                                       | 281,2                          | 51.009.693                   |
| BOLIVIA                         | 77.014              | 6,7                         | 30,6                                       | 204,7                          | 15.763.743                   | 66.437              | 7,7                         | 11,9                                       | 91,6                           | 6.087.392                    |
| PERÚ                            | 70.793              | 4,9                         | 34,9                                       | 171,1                          | 12.112.669                   | 58.583              | 4,9                         | 43,6                                       | 214,9                          | 12.591.722                   |
| BRASIL                          | 55.786              | 9,0                         | 93,0                                       | 834,0                          | 46.524.538                   | 52.031              | 6,5                         | 139,2                                      | 905,3                          | 47.102.426                   |
| EE.UU.                          | 62.786              | 12,3                        | 89,2                                       | 1.098,5                        | 68.968.368                   | 33.418              | 13,9                        | 65,4                                       | 906,9                          | 30.306.932                   |
| CANADÁ                          | 15.179              | 13,6                        | 71,6                                       | 971,1                          | 14.740.156                   | 6.139               | 15,3                        | 70,8                                       | 1.083,3                        | 6.650.172                    |
| MÉXICO                          | 7.138               | 11,2                        | 84,7                                       | 945,7                          | 6.750.523                    | 5.320               | 9,5                         | 101,2                                      | 962,0                          | 5.118.108                    |
| O. AMÉRICA                      | 42.162              | 13,2                        | 59,9                                       | 789,0                          | 33.265.065                   | 35.262              | 11,0                        | 66,4                                       | 731,2                          | 25.785.188                   |
| <b>EUROPA</b>                   | <b>136.378</b>      | <b>19,6</b>                 | <b>57,4</b>                                | <b>1.127,0</b>                 | <b>153.698.336</b>           | <b>57.064</b>       | <b>17,7</b>                 | <b>56,8</b>                                | <b>1.006,0</b>                 | <b>57.409.209</b>            |
| ALEMANIA                        | 23.764              | 22,8                        | 51,3                                       | 1.168,8                        | 27.774.696                   | 8.747               | 17,9                        | 53,2                                       | 953,4                          | 8.338.804                    |
| ESPAÑA                          | 17.553              | 16,8                        | 74,7                                       | 1.256,0                        | 22.047.127                   | 11.865              | 16,8                        | 60,8                                       | 1.025,0                        | 12.161.444                   |
| FRANCIA                         | 24.699              | 21,5                        | 53,8                                       | 1.155,4                        | 28.536.451                   | 9.447               | 20,1                        | 50,7                                       | 1.017,3                        | 9.610.585                    |
| INGLATERRA                      | 17.986              | 13,2                        | 68,1                                       | 898,1                          | 16.152.876                   | 8.304               | 13,3                        | 71,4                                       | 952,8                          | 7.912.056                    |
| O. EUROPA                       | 52.376              | 20,5                        | 55,2                                       | 1.130,0                        | 59.187.186                   | 18.701              | 18,9                        | 54,9                                       | 1.036,6                        | 19.386.319                   |
| ASIA                            | 8.983               | 18,7                        | 81,9                                       | 1.534,6                        | 13.786.487                   | 5.531               | 15,9                        | 103,8                                      | 1.650,1                        | 9.126.844                    |
| O. MUNDO                        | 22.621              | 13,8                        | 62,5                                       | 863,6                          | 19.534.881                   | 13.017              | 7,1                         | 80,1                                       | 566,4                          | 7.372.894                    |
| <b>TOTAL</b>                    | <b>973.144</b>      | <b>10,4</b>                 | <b>51,6</b>                                | <b>536,3</b>                   | <b>521.862.524</b>           | <b>514.173</b>      | <b>8,7</b>                  | <b>58,0</b>                                | <b>502,9</b>                   | <b>258.560.579</b>           |
| <b>Excursionistas</b>           | <b>263.123</b>      |                             | <b>37,8</b>                                |                                | <b>9.942.682</b>             | <b>207.879</b>      |                             | <b>33,3</b>                                |                                | <b>6.915.943</b>             |
| <b>Visitantes</b>               | <b>1.236.267</b>    |                             | <b>51,2</b>                                |                                | <b>531.805.206</b>           | <b>722.052</b>      |                             | <b>56,9</b>                                |                                | <b>265.476.522</b>           |
| <b>Transporte Internacional</b> |                     |                             |  |                                | <b>105.121.188</b>           |                     |                             |  |                                | <b>73.358.916</b>            |
| <b>TOTAL INGRESO DE DIVISAS</b> |                     |                             |  |                                | <b>636.926.394</b>           |                     |                             |  |                                | <b>338.835.439</b>           |

Continuación cuadro N° 1

| PAÍS DE RESIDENCIA              | TERCER TRIMESTRE    |                             |  |                                |                              | CUARTO TRIMESTRE    |                             |  |                                |                              |
|---------------------------------|---------------------|-----------------------------|--|--------------------------------|------------------------------|---------------------|-----------------------------|--|--------------------------------|------------------------------|
|                                 | Llegada de Turistas | Permanencia Promedio (días) | Gasto Promedio Diario Individual (dólares) | Gasto Promedio Total (dólares) | Ingreso de Divisas (dólares) | Llegada de Turistas | Permanencia Promedio (días) | Gasto Promedio Diario Individual (dólares) | Gasto Promedio Total (dólares) | Ingreso de Divisas (dólares) |
| <b>AMÉRICA</b>                  | <b>428.361</b>      | <b>7,5</b>                  | <b>66,7</b>                                | <b>502,6</b>                   | <b>215.274.012</b>           | <b>617.242</b>      | <b>6,8</b>                  | <b>72,3</b>                                | <b>490,0</b>                   | <b>302.439.010</b>           |
| ARGENTINA                       | 158.550             | 6,1                         | 50,7                                       | 307,1                          | 48.692.189                   | 283.431             | 5,9                         | 56,1                                       | 330,3                          | 93.625.418                   |
| BOLIVIA                         | 73.427              | 5,7                         | 21,6                                       | 123,2                          | 9.047.150                    | 83.147              | 3,0                         | 25,0                                       | 75,5                           | 6.275.263                    |
| PERÚ                            | 65.328              | 6,6                         | 41,5                                       | 275,8                          | 18.014.593                   | 65.978              | 4,2                         | 53,9                                       | 225,0                          | 14.847.357                   |
| BRASIL                          | 48.168              | 7,7                         | 139,1                                      | 1.077,3                        | 51.889.632                   | 59.069              | 7,3                         | 136,4                                      | 1.002,6                        | 59.222.492                   |
| EE.UU.                          | 32.000              | 14,8                        | 78,7                                       | 1.162,5                        | 37.198.572                   | 55.155              | 12,5                        | 86,0                                       | 1.074,6                        | 59.270.295                   |
| CANADÁ                          | 5.466               | 14,1                        | 98,6                                       | 1.395,2                        | 7.625.983                    | 10.272              | 10,9                        | 96,0                                       | 1.043,6                        | 10.719.480                   |
| MÉXICO                          | 6.541               | 10,2                        | 114,2                                      | 1.163,8                        | 7.612.295                    | 9.867               | 10,4                        | 120,3                                      | 1.252,1                        | 12.354.304                   |
| O. AMÉRICA                      | 38.881              | 10,9                        | 82,7                                       | 905,2                          | 35.193.599                   | 50.323              | 13,0                        | 70,7                                       | 916,6                          | 46.124.402                   |
| <b>EUROPA</b>                   | <b>62.346</b>       | <b>19,1</b>                 | <b>67,7</b>                                | <b>1.291,1</b>                 | <b>80.497.180</b>            | <b>117.335</b>      | <b>15,9</b>                 | <b>79,4</b>                                | <b>1.259,7</b>                 | <b>147.802.603</b>           |
| ALEMANIA                        | 8.598               | 18,9                        | 60,3                                       | 1.137,4                        | 9.779.537                    | 21.773              | 19,3                        | 68,9                                       | 1.327,2                        | 28.897.484                   |
| ESPAÑA                          | 14.564              | 21,1                        | 71,7                                       | 1.513,9                        | 22.048.662                   | 19.424              | 16,1                        | 90,4                                       | 1.460,2                        | 28.363.482                   |
| FRANCIA                         | 11.609              | 21,8                        | 65,3                                       | 1.420,1                        | 16.485.490                   | 18.783              | 17,5                        | 65,8                                       | 1.153,8                        | 21.671.409                   |
| INGLATERRA                      | 7.474               | 13,7                        | 63,5                                       | 870,4                          | 6.505.201                    | 14.182              | 10,8                        | 104,4                                      | 1.130,4                        | 16.032.018                   |
| O. EUROPA                       | 20.101              | 18,1                        | 70,5                                       | 1.277,5                        | 25.678.289                   | 43.173              | 14,9                        | 81,9                                       | 1.223,9                        | 52.838.211                   |
| ASIA                            | 5.534               | 9,7                         | 124,3                                      | 1.205,7                        | 6.672.226                    | 7.718               | 13,2                        | 116,7                                      | 1.544,3                        | 11.918.526                   |
| O. MUNDO                        | 11.719              | 8,6                         | 101,2                                      | 867,4                          | 10.164.570                   | 21.495              | 9,2                         | 93,7                                       | 861,2                          | 18.512.248                   |
| <b>TOTAL</b>                    | <b>507.960</b>      | <b>9,0</b>                  | <b>68,4</b>                                | <b>615,4</b>                   | <b>312.607.988</b>           | <b>763.790</b>      | <b>8,3</b>                  | <b>75,8</b>                                | <b>629,3</b>                   | <b>480.672.386</b>           |
| <b>Excursionistas</b>           | <b>206.942</b>      |                             | <b>26,1</b>                                |                                | <b>5.408.896</b>             | <b>219.023</b>      |                             | <b>35,5</b>                                |                                | <b>7.784.056</b>             |
| <b>Visitantes</b>               | <b>714.902</b>      |                             | <b>66,6</b>                                |                                | <b>318.016.884</b>           | <b>982.813</b>      |                             | <b>74,4</b>                                |                                | <b>488.456.442</b>           |
| <b>Transporte Internacional</b> |                     |                             |  |                                | <b>85.684.456</b>            |                     |                             |  |                                | <b>109.900.449</b>           |
| <b>TOTAL INGRESO DE DIVISAS</b> |                     |                             |  |                                | <b>403.701.340</b>           |                     |                             |  |                                | <b>598.356.891</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.**

| AÑO 2009       |                          |                     |                             |  |                                |                              |
|----------------|--------------------------|---------------------|-----------------------------|--|--------------------------------|------------------------------|
| TRIMESTRE      | MOTIVO DEL VIAJE         | Llegada de Turistas | Permanencia Promedio (días) | Gasto Promedio Diario Individual (dólares) | Gasto Promedio Total (dólares) | Ingreso de Divisas (dólares) |
| <b>PRIMERO</b> | <b>Personales</b>        | <b>850.306</b>      | <b>10,8</b>                 | <b>45,1</b>                                | <b>487,5</b>                   | <b>414.486.164</b>           |
|                | Vacaciones               | 585.467             | 9,1                         | 57,9                                       | 529,8                          | 310.172.680                  |
|                | Visita Familiares Amigos | 211.102             | 14,0                        | 26,2                                       | 368,5                          | 77.781.866                   |
|                | Otros                    | 53.737              | 16,1                        | 30,7                                       | 493,7                          | 26.531.619                   |
|                | <b>Negocios</b>          | <b>122.838</b>      | <b>7,6</b>                  | <b>115,1</b>                               | <b>874,1</b>                   | <b>107.376.360</b>           |
|                | <b>Total</b>             | <b>973.144</b>      | <b>10,4</b>                 | <b>51,6</b>                                | <b>536,3</b>                   | <b>521.862.524</b>           |
| <b>SEGUNDO</b> | <b>Personales</b>        | <b>364.082</b>      | <b>9,4</b>                  | <b>49,5</b>                                | <b>463,8</b>                   | <b>168.877.640</b>           |
|                | Vacaciones               | 160.029             | 7,3                         | 90,2                                       | 662,1                          | 105.956.843                  |
|                | Visita Familiar Amigos   | 169.823             | 11,0                        | 27,7                                       | 303,4                          | 51.521.209                   |
|                | Otros                    | 34.229              | 10,9                        | 30,5                                       | 333,0                          | 11.399.588                   |
|                | <b>Negocios</b>          | <b>150.091</b>      | <b>7,0</b>                  | <b>85,8</b>                                | <b>597,5</b>                   | <b>89.682.939</b>            |
|                | <b>Total</b>             | <b>514.173</b>      | <b>8,7</b>                  | <b>58,0</b>                                | <b>502,9</b>                   | <b>258.560.579</b>           |
| <b>TERCERO</b> | <b>Personales</b>        | <b>325.226</b>      | <b>10,6</b>                 | <b>54,2</b>                                | <b>575,3</b>                   | <b>187.105.580</b>           |
|                | Vacaciones               | 169.006             | 8,0                         | 88,4                                       | 705,6                          | 119.244.154                  |
|                | Visita Familiar Amigos   | 132.446             | 12,6                        | 31,4                                       | 396,4                          | 52.504.118                   |
|                | Otros                    | 23.774              | 18,2                        | 35,4                                       | 646,0                          | 15.357.309                   |
|                | <b>Negocios</b>          | <b>182.734</b>      | <b>6,1</b>                  | <b>112,1</b>                               | <b>686,8</b>                   | <b>125.502.408</b>           |
|                | <b>Total</b>             | <b>507.960</b>      | <b>9,0</b>                  | <b>68,4</b>                                | <b>615,4</b>                   | <b>312.607.988</b>           |
| <b>CUARTO</b>  | <b>Personales</b>        | <b>505.276</b>      | <b>9,6</b>                  | <b>61,7</b>                                | <b>594,0</b>                   | <b>300.153.265</b>           |
|                | Vacaciones               | 284.925             | 7,1                         | 99,6                                       | 705,8                          | 201.109.053                  |
|                | Visita Familiar Amigos   | 160.297             | 12,0                        | 32,7                                       | 392,4                          | 62.894.563                   |
|                | Otros                    | 60.054              | 15,3                        | 39,3                                       | 602,0                          | 36.149.649                   |
|                | <b>Negocios</b>          | <b>258.514</b>      | <b>5,7</b>                  | <b>121,7</b>                               | <b>698,3</b>                   | <b>180.519.122</b>           |
|                | <b>Total</b>             | <b>763.790</b>      | <b>8,3</b>                  | <b>75,8</b>                                | <b>629,3</b>                   | <b>480.672.386</b>           |
| <b>TOTAL</b>   | <b>Personales</b>        | <b>2.044.890</b>    | <b>10,2</b>                 | <b>51,2</b>                                | <b>523,6</b>                   | <b>1.070.622.649</b>         |
|                | Vacaciones               | 1.199.428           | 8,3                         | 74,4                                       | 614,0                          | 736.482.729                  |
|                | Visita Familiar Amigos   | 673.668             | 12,5                        | 29,1                                       | 363,2                          | 244.701.755                  |
|                | Otros                    | 171.794             | 15,1                        | 34,5                                       | 520,6                          | 89.438.165                   |
|                | <b>Negocios</b>          | <b>714.177</b>      | <b>6,4</b>                  | <b>109,8</b>                               | <b>704,4</b>                   | <b>503.080.828</b>           |
|                | <b>Total</b>             | <b>2.759.067</b>    | <b>9,2</b>                  | <b>61,7</b>                                | <b>570,4</b>                   | <b>1.573.703.478</b>         |

**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 2009.**

| AÑO 2009           |                        |                     |                             |  |                                |                              |
|--------------------|------------------------|---------------------|-----------------------------|--|--------------------------------|------------------------------|
| PAÍS DE RESIDENCIA | MOTIVO DEL VIAJE       | Llegada de Turistas | Permanencia Promedio (días) | Gasto Promedio Diario Individual (dólares) | Gasto Promedio Total (dólares) | Ingreso de Divisas (dólares) |
| AMÉRICA            | Personales             | 1.675.865           | 8,5                         | 47,3                                       | 403,0                          | 675.441.204                  |
|                    | Vacaciones             | 937.310             | 7,0                         | 70,3                                       | 488,7                          | 458.079.115                  |
|                    | Visita Familiar Amigos | 587.505             | 10,6                        | 25,0                                       | 263,4                          | 154.740.813                  |
|                    | Otros                  | 151.050             | 10,3                        | 40,3                                       | 414,6                          | 62.621.276                   |
|                    | Negocios               | 613.461             | 5,5                         | 107,5                                      | 589,7                          | 361.766.270                  |
|                    | <b>Total</b>           | <b>2.289.325</b>    | <b>7,7</b>                  | <b>58,8</b>                                | <b>453,1</b>                   | <b>1.037.207.475</b>         |
| ARGENTINA          | Personales             | 955.043             | 7,4                         | 35,1                                       | 259,1                          | 247.435.096                  |
|                    | Vacaciones             | 527.890             | 6,5                         | 50,5                                       | 326,3                          | 172.246.448                  |
|                    | Visita Familiar Amigos | 332.006             | 9,4                         | 18,4                                       | 172,5                          | 57.273.069                   |
|                    | Otros                  | 95.147              | 5,4                         | 35,0                                       | 188,3                          | 17.915.579                   |
|                    | Negocios               | 142.612             | 4,9                         | 118,0                                      | 579,3                          | 82.609.961                   |
|                    | <b>Total</b>           | <b>1.097.655</b>    | <b>7,1</b>                  | <b>42,6</b>                                | <b>300,7</b>                   | <b>330.045.057</b>           |
| BOLIVIA            | Personales             | 133.418             | 8,4                         | 21,5                                       | 179,3                          | 23.918.677                   |
|                    | Vacaciones             | 55.345              | 7,2                         | 27,9                                       | 200,4                          | 11.093.674                   |
|                    | Visita Familiar Amigos | 61.382              | 10,0                        | 12,6                                       | 126,0                          | 7.734.219                    |
|                    | Otros                  | 16.691              | 6,1                         | 49,8                                       | 305,0                          | 5.090.785                    |
|                    | Negocios               | 166.607             | 3,5                         | 22,8                                       | 79,6                           | 13.254.871                   |
|                    | <b>Total</b>           | <b>300.025</b>      | <b>5,6</b>                  | <b>21,9</b>                                | <b>123,9</b>                   | <b>37.173.548</b>            |
| PERÚ               | Personales             | 170.817             | 5,7                         | 26,5                                       | 152,3                          | 26.015.018                   |
|                    | Vacaciones             | 73.720              | 4,5                         | 39,0                                       | 176,1                          | 12.978.365                   |
|                    | Visita Familiar Amigos | 87.627              | 6,4                         | 18,1                                       | 115,8                          | 10.148.879                   |
|                    | Otros                  | 9.470               | 9,3                         | 32,8                                       | 304,9                          | 2.887.774                    |
|                    | Negocios               | 89.865              | 4,1                         | 86,6                                       | 351,1                          | 31.551.323                   |
|                    | <b>Total</b>           | <b>260.682</b>      | <b>5,2</b>                  | <b>42,8</b>                                | <b>220,8</b>                   | <b>57.566.341</b>            |
| BRASIL             | Personales             | 158.159             | 8,2                         | 115,3                                      | 941,0                          | 148.826.133                  |
|                    | Vacaciones             | 137.442             | 6,9                         | 139,0                                      | 965,9                          | 132.757.597                  |
|                    | Visita Familiar Amigos | 15.272              | 13,5                        | 47,1                                       | 634,5                          | 9.689.831                    |
|                    | Otros                  | 5.446               | 23,8                        | 49,3                                       | 1.171,3                        | 6.378.706                    |
|                    | Negocios               | 56.895              | 6,2                         | 157,4                                      | 982,7                          | 55.912.955                   |
|                    | <b>Total</b>           | <b>215.054</b>      | <b>7,7</b>                  | <b>124,4</b>                               | <b>952,0</b>                   | <b>204.739.088</b>           |
| EE.UU.             | Personales             | 110.870             | 15,9                        | 62,1                                       | 985,5                          | 109.258.910                  |
|                    | Vacaciones             | 63.551              | 10,3                        | 94,2                                       | 965,9                          | 61.385.240                   |
|                    | Visita Familiar Amigos | 35.745              | 18,0                        | 45,3                                       | 816,8                          | 29.195.776                   |
|                    | Otros                  | 11.574              | 39,9                        | 40,4                                       | 1.613,7                        | 18.677.894                   |
|                    | Negocios               | 72.489              | 8,8                         | 135,1                                      | 1.193,1                        | 86.485.256                   |
|                    | <b>Total</b>           | <b>183.359</b>      | <b>13,1</b>                 | <b>81,6</b>                                | <b>1.067,5</b>                 | <b>195.744.166</b>           |
| CANADÁ             | Personales             | 26.900              | 14,4                        | 67,4                                       | 969,0                          | 26.065.502                   |
|                    | Vacaciones             | 18.687              | 10,8                        | 88,6                                       | 958,1                          | 17.903.313                   |
|                    | Visita Familiar Amigos | 7.492               | 22,0                        | 44,2                                       | 970,7                          | 7.273.100                    |
|                    | Otros                  | 721                 | 28,4                        | 43,5                                       | 1.233,4                        | 889.089                      |
|                    | Negocios               | 10.155              | 10,0                        | 134,4                                      | 1.346,2                        | 13.670.288                   |
|                    | <b>Total</b>           | <b>37.055</b>       | <b>13,2</b>                 | <b>81,3</b>                                | <b>1.072,3</b>                 | <b>39.735.790</b>            |
| MÉXICO             | Personales             | 14.781              | 12,8                        | 78,6                                       | 1.003,4                        | 14.830.998                   |
|                    | Vacaciones             | 9.204               | 6,8                         | 140,1                                      | 953,5                          | 8.776.680                    |
|                    | Visita Familiar Amigos | 4.213               | 18,0                        | 50,6                                       | 911,6                          | 3.840.973                    |
|                    | Otros                  | 1.364               | 36,7                        | 44,2                                       | 1.622,7                        | 2.213.345                    |
|                    | Negocios               | 14.085              | 7,9                         | 153,4                                      | 1.207,3                        | 17.004.232                   |
|                    | <b>Total</b>           | <b>28.866</b>       | <b>10,4</b>                 | <b>106,3</b>                               | <b>1.102,8</b>                 | <b>31.835.230</b>            |
| O. AMÉRICA         | Personales             | 105.876             | 14,3                        | 52,4                                       | 747,0                          | 79.090.870                   |
|                    | Vacaciones             | 51.470              | 9,8                         | 81,0                                       | 795,4                          | 40.937.797                   |
|                    | Visita Familiar Amigos | 43.769              | 18,6                        | 36,4                                       | 675,9                          | 29.584.967                   |
|                    | Otros                  | 10.637              | 17,9                        | 44,9                                       | 805,5                          | 8.568.106                    |
|                    | Negocios               | 60.752              | 8,4                         | 119,8                                      | 1.008,6                        | 61.277.384                   |
|                    | <b>Total</b>           | <b>166.628</b>      | <b>12,1</b>                 | <b>69,4</b>                                | <b>842,4</b>                   | <b>140.368.254</b>           |

Continuación cuadro N° 3

| AÑO 2009           |                        |                     |                             |  |                                |                              |
|--------------------|------------------------|---------------------|-----------------------------|--|--------------------------------|------------------------------|
| PAÍS DE RESIDENCIA | MOTIVO DEL VIAJE       | Llegada de Turistas | Permanencia Promedio (días) | Gasto Promedio Diario Individual (dólares) | Gasto Promedio Total (dólares) | Ingreso de Divisas (dólares) |
| EUROPA             | <b>Personales</b>      | <b>293.544</b>      | <b>19,6</b>                 | <b>57,4</b>                                | <b>1.126,3</b>                 | <b>330.617.384</b>           |
|                    | Vacaciones             | 205.386             | 13,6                        | 80,9                                       | 1.103,8                        | 226.701.952                  |
|                    | Visita Familiar Amigos | 74.325              | 27,0                        | 40,1                                       | 1.083,4                        | 80.526.660                   |
|                    | Otros                  | 13.834              | 68,9                        | 24,5                                       | 1.690,7                        | 23.388.772                   |
|                    | <b>Negocios</b>        | <b>79.579</b>       | <b>12,2</b>                 | <b>111,9</b>                               | <b>1.367,1</b>                 | <b>108.789.943</b>           |
| <b>Total</b>       | <b>373.124</b>         | <b>18,1</b>         | <b>65,2</b>                 | <b>1.177,6</b>                             | <b>439.407.327</b>             |                              |
| ALEMANIA           | <b>Personales</b>      | <b>51.456</b>       | <b>22,0</b>                 | <b>52,9</b>                                | <b>1.165,3</b>                 | <b>59.963.637</b>            |
|                    | Vacaciones             | 36.803              | 14,7                        | 78,5                                       | 1.152,7                        | 42.423.595                   |
|                    | Visita Familiar Amigos | 12.000              | 25,9                        | 37,0                                       | 959,8                          | 11.516.925                   |
|                    | Otros                  | 2.653               | 105,9                       | 21,4                                       | 2.270,6                        | 6.023.117                    |
|                    | <b>Negocios</b>        | <b>11.425</b>       | <b>12,9</b>                 | <b>100,6</b>                               | <b>1.297,7</b>                 | <b>14.826.885</b>            |
| <b>Total</b>       | <b>62.881</b>          | <b>20,4</b>         | <b>58,4</b>                 | <b>1.189,4</b>                             | <b>74.790.522</b>              |                              |
| ESPAÑA             | <b>Personales</b>      | <b>42.972</b>       | <b>20,4</b>                 | <b>63,2</b>                                | <b>1.290,7</b>                 | <b>55.464.136</b>            |
|                    | Vacaciones             | 20.370              | 13,8                        | 97,3                                       | 1.341,7                        | 27.331.194                   |
|                    | Visita Familiar Amigos | 19.888              | 24,8                        | 46,8                                       | 1.160,8                        | 23.086.226                   |
|                    | Otros                  | 2.714               | 38,1                        | 48,8                                       | 1.859,4                        | 5.046.716                    |
|                    | <b>Negocios</b>        | <b>20.435</b>       | <b>11,7</b>                 | <b>122,4</b>                               | <b>1.426,8</b>                 | <b>29.156.579</b>            |
| <b>Total</b>       | <b>63.407</b>          | <b>17,6</b>         | <b>75,8</b>                 | <b>1.334,6</b>                             | <b>84.620.714</b>              |                              |
| FRANCIA            | <b>Personales</b>      | <b>53.426</b>       | <b>21,9</b>                 | <b>54,2</b>                                | <b>1.188,1</b>                 | <b>63.475.215</b>            |
|                    | Vacaciones             | 38.588              | 14,7                        | 81,5                                       | 1.194,5                        | 46.094.573                   |
|                    | Visita Familiar Amigos | 11.880              | 26,2                        | 41,5                                       | 1.088,2                        | 12.927.362                   |
|                    | Otros                  | 2.958               | 99,5                        | 15,1                                       | 1.505,3                        | 4.453.279                    |
|                    | <b>Negocios</b>        | <b>11.111</b>       | <b>11,7</b>                 | <b>98,3</b>                                | <b>1.154,6</b>                 | <b>12.828.721</b>            |
| <b>Total</b>       | <b>64.538</b>          | <b>20,2</b>         | <b>58,6</b>                 | <b>1.182,3</b>                             | <b>76.303.935</b>              |                              |
| INGLATERRA         | <b>Personales</b>      | <b>39.504</b>       | <b>12,9</b>                 | <b>70,3</b>                                | <b>906,8</b>                   | <b>35.823.250</b>            |
|                    | Vacaciones             | 32.046              | 10,7                        | 87,0                                       | 928,7                          | 29.762.183                   |
|                    | Visita Familiar Amigos | 5.737               | 19,0                        | 42,9                                       | 815,6                          | 4.679.401                    |
|                    | Otros                  | 1.721               | 33,8                        | 23,7                                       | 802,8                          | 1.381.667                    |
|                    | <b>Negocios</b>        | <b>8.442</b>        | <b>11,2</b>                 | <b>114,0</b>                               | <b>1.276,8</b>                 | <b>10.778.901</b>            |
| <b>Total</b>       | <b>47.946</b>          | <b>12,6</b>         | <b>77,2</b>                 | <b>972,0</b>                               | <b>46.602.151</b>              |                              |
| O. EUROPA          | <b>Personales</b>      | <b>106.186</b>      | <b>19,5</b>                 | <b>55,9</b>                                | <b>1.091,4</b>                 | <b>115.891.147</b>           |
|                    | Vacaciones             | 77.579              | 13,8                        | 75,6                                       | 1.045,3                        | 81.090.406                   |
|                    | Visita Familiar Amigos | 24.820              | 31,6                        | 36,1                                       | 1.140,9                        | 28.316.747                   |
|                    | Otros                  | 3.787               | 57,2                        | 29,9                                       | 1.712,0                        | 6.483.994                    |
|                    | <b>Negocios</b>        | <b>28.166</b>       | <b>12,8</b>                 | <b>114,0</b>                               | <b>1.462,7</b>                 | <b>41.198.858</b>            |
| <b>Total</b>       | <b>134.352</b>         | <b>18,1</b>         | <b>64,5</b>                 | <b>1.169,2</b>                             | <b>157.090.005</b>             |                              |
| ASIA               | <b>Personales</b>      | <b>13.626</b>       | <b>16,2</b>                 | <b>77,2</b>                                | <b>1.253,2</b>                 | <b>17.075.388</b>            |
|                    | Vacaciones             | 9.923               | 11,9                        | 113,1                                      | 1.350,2                        | 13.397.244                   |
|                    | Visita Familiar Amigos | 2.397               | 20,0                        | 62,2                                       | 1.245,2                        | 2.984.857                    |
|                    | Otros                  | 1.306               | 42,0                        | 12,7                                       | 530,9                          | 693.286                      |
|                    | <b>Negocios</b>        | <b>14.141</b>       | <b>13,5</b>                 | <b>128,1</b>                               | <b>1.727,5</b>                 | <b>24.428.696</b>            |
| <b>Total</b>       | <b>27.766</b>          | <b>14,8</b>         | <b>100,8</b>                | <b>1.494,8</b>                             | <b>41.504.083</b>              |                              |
| O. MUNDO           | <b>Personales</b>      | <b>61.855</b>       | <b>10,5</b>                 | <b>73,3</b>                                | <b>767,7</b>                   | <b>47.488.673</b>            |
|                    | Vacaciones             | 46.809              | 9,8                         | 83,7                                       | 818,3                          | 38.304.418                   |
|                    | Visita Familiar Amigos | 9.441               | 17,1                        | 40,1                                       | 683,1                          | 6.449.424                    |
|                    | Otros                  | 5.604               | 5,2                         | 94,1                                       | 488,0                          | 2.734.831                    |
|                    | <b>Negocios</b>        | <b>6.997</b>        | <b>7,8</b>                  | <b>147,7</b>                               | <b>1.157,1</b>                 | <b>8.095.919</b>             |
| <b>Total</b>       | <b>68.852</b>          | <b>10,2</b>         | <b>79,1</b>                 | <b>807,3</b>                               | <b>55.584.592</b>              |                              |
| TOTAL              | <b>Personales</b>      | <b>2.044.890</b>    | <b>10,2</b>                 | <b>51,2</b>                                | <b>523,6</b>                   | <b>1.070.622.649</b>         |
|                    | Vacaciones             | 1.199.428           | 8,3                         | 74,4                                       | 614,0                          | 736.482.729                  |
|                    | Visita Familiar Amigos | 673.668             | 12,5                        | 29,1                                       | 363,2                          | 244.701.755                  |
|                    | Otros                  | 171.794             | 15,1                        | 34,5                                       | 520,6                          | 89.438.165                   |
|                    | <b>Negocios</b>        | <b>714.177</b>      | <b>6,4</b>                  | <b>109,8</b>                               | <b>704,4</b>                   | <b>503.080.828</b>           |
| <b>Total</b>       | <b>2.759.067</b>       | <b>9,2</b>          | <b>61,7</b>                 | <b>570,4</b>                               | <b>1.573.703.478</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. Anual y trimestral.**

| AÑO 2009              |                           |                     |                             |  |                                |                              |                    |
|-----------------------|---------------------------|---------------------|-----------------------------|--|--------------------------------|------------------------------|--------------------|
| CONGLOMERADO DE PASOS | PAÍS DE RESIDENCIA        | Llegada de Turistas | Permanencia Promedio (días) | Gasto Promedio Diario Individual (dólares) | Gasto Promedio Total (dólares) | Ingreso de Divisas (dólares) |                    |
| <b>FRONTERA NORTE</b> | <b>AMÉRICA</b>            | <b>511.027</b>      | <b>5,3</b>                  | <b>22,8</b>                                | <b>120,7</b>                   | <b>61.665.902</b>            |                    |
|                       | ARGENTINA                 | 14.481              | 3,5                         | 35,3                                       | 124,2                          | 1.798.718                    |                    |
|                       | BOLIVIA                   | 289.294             | 5,7                         | 20,1                                       | 114,7                          | 33.187.303                   |                    |
|                       | PERÚ                      | 189.804             | 3,8                         | 21,7                                       | 82,8                           | 15.719.750                   |                    |
|                       | BRASIL                    | 4.228               | 5,6                         | 37,0                                       | 207,4                          | 876.676                      |                    |
|                       | EE.UU.                    | 3.449               | 18,9                        | 32,1                                       | 605,9                          | 2.089.859                    |                    |
|                       | CANADÁ                    | 831                 | 13,0                        | 40,3                                       | 522,9                          | 434.571                      |                    |
|                       | MÉXICO                    | 368                 | 23,7                        | 45,0                                       | 1.066,8                        | 392.570                      |                    |
|                       | O. AMÉRICA                | 8.572               | 20,8                        | 40,1                                       | 836,0                          | 7.166.455                    |                    |
|                       | <b>EUROPA</b>             | <b>13.687</b>       | <b>19,2</b>                 | <b>30,9</b>                                | <b>594,1</b>                   | <b>8.131.966</b>             |                    |
|                       | ALEMANIA                  | 2.660               | 5,7                         | 69,2                                       | 391,3                          | 1.040.840                    |                    |
|                       | ESPAÑA                    | 1.259               | 11,8                        | 88,5                                       | 1.041,8                        | 1.311.653                    |                    |
|                       | FRANCIA                   | 2.949               | 59,3                        | 13,9                                       | 826,8                          | 2.438.108                    |                    |
|                       | INGLATERRA                | 947                 | 7,5                         | 57,2                                       | 431,4                          | 408.490                      |                    |
|                       | O. EUROPA                 | 5.872               | 8,7                         | 57,2                                       | 499,5                          | 2.932.875                    |                    |
|                       | ASIA                      | 958                 | 8,5                         | 50,6                                       | 432,1                          | 413.977                      |                    |
|                       | O. MUNDO                  | 1.584               | 8,2                         | 63,1                                       | 519,2                          | 822.481                      |                    |
|                       | <b>Total</b>              | <b>527.256</b>      | <b>5,7</b>                  | <b>23,7</b>                                | <b>134,7</b>                   | <b>71.034.326</b>            |                    |
|                       | <b>FRONTERA ARGENTINA</b> | <b>AMÉRICA</b>      | <b>1.059.440</b>            | <b>7,7</b>                                 | <b>37,7</b>                    | <b>292,0</b>                 | <b>309.309.739</b> |
|                       |                           | ARGENTINA           | 935.556                     | 7,3  | 35,0                           | 255,2                        | 238.781.885        |
|                       |                           | BOLIVIA             | 1.817                       | 3,5  | 44,1                           | 152,3                        | 276.772            |
| PERÚ                  |                           | 24.008              | 8,7                         | 33,1                                       | 288,3                          | 6.922.287                    |                    |
| BRASIL                |                           | 32.414              | 10,2                        | 59,8                                       | 612,2                          | 19.845.232                   |                    |
| EE.UU.                |                           | 23.145              | 16,2                        | 47,3                                       | 767,6                          | 17.765.390                   |                    |
| CANADÁ                |                           | 5.661               | 9,7                         | 79,2                                       | 769,3                          | 4.355.323                    |                    |
| MÉXICO                |                           | 2.853               | 8,0                         | 99,2                                       | 796,7                          | 2.272.920                    |                    |
| O. AMÉRICA            |                           | 33.985              | 11,6                        | 48,5                                       | 561,7                          | 19.089.931                   |                    |
| <b>EUROPA</b>         |                           | <b>109.928</b>      | <b>14,9</b>                 | <b>54,1</b>                                | <b>803,6</b>                   | <b>88.337.367</b>            |                    |
| ALEMANIA              |                           | 19.702              | 20,9                        | 47,4                                       | 988,6                          | 19.477.858                   |                    |
| ESPAÑA                |                           | 11.816              | 14,1                        | 72,4                                       | 1.020,3                        | 12.055.699                   |                    |
| FRANCIA               |                           | 20.560              | 14,4                        | 50,6                                       | 726,2                          | 14.930.576                   |                    |
| INGLATERRA            |                           | 16.271              | 11,2                        | 59,0                                       | 659,7                          | 10.734.587                   |                    |
| O. EUROPA             |                           | 41.579              | 13,9                        | 53,8                                       | 748,9                          | 31.138.647                   |                    |
| ASIA                  |                           | 4.737               | 14,3                        | 52,3                                       | 746,7                          | 3.537.067                    |                    |
| O. MUNDO              | 28.286                    | 11,9                | 71,2                        | 849,9                                      | 24.040.412                     |                              |                    |
| <b>Total</b>          | <b>1.202.390</b>          | <b>8,5</b>          | <b>41,5</b>                 | <b>353,6</b>                               | <b>425.224.585</b>             |                              |                    |



Continuación cuadro N° 4

| AÑO 2009              |                    |                     |                             |  |                                |                              |
|-----------------------|--------------------|---------------------|-----------------------------|--|--------------------------------|------------------------------|
| CONGLOMERADO DE PASOS | PAÍS DE RESIDENCIA | Llegada de Turistas | Permanencia Promedio (días) | Gasto Promedio Diario Individual (dólares) | Gasto Promedio Total (dólares) | Ingreso de Divisas (dólares) |
| <b>AEROPUERTOS</b>    | <b>AMÉRICA</b>     | <b>718.859</b>      | <b>9,3</b>                  | <b>99,2</b>                                | <b>926,8</b>                   | <b>666.231.834</b>           |
|                       | ARGENTINA          | 147.618             | 5,9                         | 101,9                                      | 606,1                          | 89.464.455                   |
|                       | BOLIVIA            | 8.914               | 4,5                         | 92,0                                       | 416,1                          | 3.709.474                    |
|                       | PERÚ               | 46.870              | 8,8                         | 84,7                                       | 745,1                          | 34.924.304                   |
|                       | BRASIL             | 178.412             | 7,2                         | 142,6                                      | 1.031,4                        | 184.017.180                  |
|                       | EE.UU.             | 156.765             | 12,5                        | 89,8                                       | 1.122,0                        | 175.888.918                  |
|                       | CANADÁ             | 30.563              | 13,8                        | 82,6                                       | 1.143,4                        | 34.945.896                   |
|                       | MÉXICO             | 25.646              | 10,4                        | 108,9                                      | 1.137,4                        | 29.169.739                   |
|                       | O. AMÉRICA         | 124.071             | 11,7                        | 78,8                                       | 919,7                          | 114.111.868                  |
|                       | <b>EUROPA</b>      | <b>249.508</b>      | <b>19,4</b>                 | <b>70,9</b>                                | <b>1.374,5</b>                 | <b>342.937.994</b>           |
|                       | ALEMANIA           | 40.519              | 21,1                        | 63,6                                       | 1.339,4                        | 54.271.824                   |
|                       | ESPAÑA             | 50.332              | 18,6                        | 76,2                                       | 1.415,7                        | 71.253.363                   |
|                       | FRANCIA            | 41.028              | 20,3                        | 70,9                                       | 1.436,5                        | 58.935.251                   |
|                       | INGLATERRA         | 30.728              | 13,5                        | 85,5                                       | 1.154,0                        | 35.459.074                   |
|                       | O. EUROPA          | 86.901              | 20,8                        | 68,2                                       | 1.415,6                        | 123.018.483                  |
|                       | ASIA               | 22.072              | 15,2                        | 111,7                                      | 1.701,4                        | 37.553.039                   |
|                       | O. MUNDO           | 38.982              | 9,0                         | 87,3                                       | 788,1                          | 30.721.700                   |
| <b>Total</b>          | <b>1.029.421</b>   | <b>11,9</b>         | <b>88,0</b>                 | <b>1.046,7</b>                             | <b>1.077.444.567</b>           |                              |

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

| CARACTERÍSTICAS  | AMÉRICA      | ARGENTINA    | BOLIVIA      | PERÚ         | BRASIL       | EE.UU.       | CANADÁ       | MÉXICO       | O.AMÉRICA    |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| N° de llegada de residentes  | 2.289.325    | 1.097.655    | 300.025      | 260.682      | 215.054      | 183.359      | 37.055       | 28.866       | 166.628      |
| Ingreso de Divisas (miles de dólares)  | 1.037.207    | 330.045      | 37.174       | 57.566       | 204.739      | 195.744      | 39.736       | 31.835       | 140.368      |
| Permanencia promedio en Chile del residente en el extranjero (días)                | 7,7          | 7,1          | 5,6          | 5,2          | 7,7          | 13,1         | 13,2         | 10,4         | 12,1         |
| Gasto promedio diario individual en Chile del residente en el extranjero (dólares) | 58,8         | 42,6         | 21,9         | 42,8         | 124,4        | 81,6         | 81,3         | 106,3        | 69,4         |
| Gasto promedio total individual en Chile del residente en el extranjero (dólares)  | 453,1        | 300,7        | 123,9        | 220,8        | 952,0        | 1.067,5      | 1.072,3      | 1.102,8      | 842,4        |
| <b>ESTRUCTURA DEL GASTO</b>  | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Hoteles y similares  | 30,0         | 25,6         | 22,0         | 36,9         | 27,8         | 33,8         | 28,0         | 36,5         | 30,5         |
| Restaurante o similares  | 18,4         | 17,8         | 19,3         | 20,5         | 18,3         | 20,5         | 21,4         | 21,4         | 22,0         |
| Transporte Interno ( <i>Terrestre, marítimo y/o aéreo</i> )                        | 9,3          | 6,7          | 10,1         | 13,8         | 7,7          | 12,8         | 11,3         | 8,0          | 10,0         |
| Compras  | 17,6         | 23,0         | 40,5         | 18,0         | 16,3         | 11,1         | 15,0         | 14,6         | 21,8         |
| Paquete Turístico  | 8,9          | 4,6          | 0,0          | 1,6          | 20,1         | 8,6          | 4,9          | 10,6         | 5,3          |
| Otros  | 15,8         | 22,2         | 8,1          | 9,2          | 9,9          | 13,3         | 19,5         | 8,9          | 10,4         |
| <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> |
| <b>PRINCIPAL MOTIVO DEL VIAJE</b>  | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| <b>Personales</b>  | <b>73,2</b>  | <b>87,0</b>  | <b>44,5</b>  | <b>65,5</b>  | <b>73,5</b>  | <b>60,5</b>  | <b>72,6</b>  | <b>51,2</b>  | <b>63,5</b>  |
| Vacaciones   | 40,9         | 48,1         | 18,4         | 28,3         | 63,9         | 34,7         | 50,4         | 31,9         | 30,9         |
| Visita a familiares / amigos   | 25,7         | 30,2         | 20,5         | 33,6         | 7,1          | 19,5         | 20,2         | 14,6         | 26,3         |
| Otros motivos  | 6,6          | 8,7          | 5,6          | 3,6          | 2,5          | 6,3          | 1,9          | 4,7          | 6,4          |
| <b>De Negocios</b>   | <b>26,8</b>  | <b>13,0</b>  | <b>55,5</b>  | <b>34,5</b>  | <b>26,5</b>  | <b>39,5</b>  | <b>27,4</b>  | <b>48,8</b>  | <b>36,5</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> |
| <b>VISITA CHILE POR PRIMERA VEZ</b>  | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| NO   | 71,1         | 78,1         | 91,0         | 82,6         | 40,7         | 45,5         | 42,1         | 40,6         | 49,5         |
| SI   | 28,9         | 21,9         | 9,0          | 17,4         | 59,3         | 54,5         | 57,9         | 59,4         | 50,5         |
| <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> |
| <b>¿Cuántas veces a venido a Chile anteriormente?</b>                              | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Una vez  | 10,3         | 11,6         | 2,4          | 5,4          | 21,6         | 17,1         | 18,5         | 12,7         | 13,5         |
| Dos veces  | 11,6         | 10,4         | 3,8          | 12,8         | 22,1         | 21,4         | 18,7         | 19,7         | 23,4         |
| Tres veces   | 7,7          | 7,0          | 5,0          | 10,4         | 10,3         | 9,4          | 6,7          | 13,8         | 12,5         |
| Más de tres veces  | 70,4         | 71,0         | 88,8         | 71,4         | 45,9         | 52,1         | 56,2         | 53,7         | 50,6         |
| <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> |
| <b>MEDIOS PARA INFORMARSE DE CHILE</b>   | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Internet/Sitios Web  | 18,9         | 10,8         | 4,0          | 12,1         | 46,4         | 41,0         | 49,3         | 46,5         | 38,5         |
| Agencia de Viajes  | 13,6         | 12,4         | 0,5          | 4,2          | 29,1         | 22,5         | 22,8         | 32,7         | 24,7         |
| Medios de comunicación   | 4,4          | 2,8          | 0,4          | 3,1          | 12,0         | 10,7         | 7,1          | 9,6          | 6,3          |
| Revistas/Folletos/Guías especializadas   | 3,2          | 1,6          | 0,3          | 2,9          | 10,4         | 7,3          | 9,3          | 7,2          | 3,9          |
| Por parientes/amigos   | 20,8         | 16,4         | 22,0         | 20,5         | 27,0         | 28,1         | 29,1         | 25,4         | 29,4         |
| Ferías/Workshop turístico  | 0,3          | 0,2          | 0,0          | 0,0          | 0,9          | 0,6          | 0,3          | 0,0          | 0,8          |
| Otras  | 10,1         | 6,2          | 1,3          | 5,6          | 18,4         | 28,7         | 29,1         | 26,1         | 19,9         |
| Estuvo anteriormente   | 65,3         | 72,7         | 88,5         | 73,1         | 33,6         | 40,9         | 37,0         | 32,4         | 42,7         |

| CARACTERÍSTICAS                           | AMÉRICA      | ARGENTINA    | BOLIVIA      | PERÚ         | BRASIL       | EE.UU.       | CANADÁ       | MÉXICO       | O.AMÉRICA    |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>FINANCIAMIENTO DEL VIAJE</b>           | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Usted mismo                               | 84,1         | 88,6         | 97,2         | 85,3         | 75,2         | 64,7         | 75,8         | 57,5         | 67,4         |
| La empresa-institución                    | 15,5         | 10,7         | 1,8          | 13,8         | 24,7         | 35,8         | 24,6         | 46,7         | 32,8         |
| Familiares amigos                         | 3,8          | 5,2          | 0,7          | 4,9          | 1,2          | 2,6          | 0,8          | 1,9          | 3,8          |
| Invitación-regalos-millas                 | 1,0          | 0,8          | 0,7          | 0,4          | 2,3          | 1,3          | 1,0          | 1,4          | 2,0          |
| Otros                                     | 0,3          | 0,1          | 0,0          | 0,3          | 0,1          | 1,2          | 0,3          | 0,5          | 0,6          |
| <b>MEDIOS PARA ADQUIRIR VIAJE A CHILE</b> | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Agencia de Viajes                         | 25,2         | 18,8         | 2,4          | 9,9          | 56,7         | 45,9         | 44,6         | 65,5         | 56,9         |
| Directo en Líneas Aéreas o de Buses       | 39,2         | 29,0         | 91,5         | 75,5         | 13,3         | 19,4         | 22,8         | 12,7         | 19,7         |
| Internet                                  | 9,3          | 4,2          | 0,2          | 6,2          | 20,3         | 33,1         | 29,7         | 21,2         | 17,7         |
| Ninguna de las Anteriores                 | 25,9         | 47,8         | 5,9          | 8,3          | 8,5          | 1,2          | 2,4          | 0,2          | 4,9          |
| Obsequio, premio                          | 0,3          | 0,2          | 0,0          | 0,1          | 1,3          | 0,3          | 0,5          | 0,4          | 0,9          |
| <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> |
| <b>PAÍSES VISITADOS ANTES DE CHILE</b>    | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Argentina                                 | 4,7          | 0,0          | 0,2          | 2,0          | 15,6         | 17,3         | 21,5         | 19,6         | 13,7         |
| Perú                                      | 1,4          | 0,4          | 0,0          | 0,0          | 1,4          | 6,7          | 10,7         | 2,3          | 3,8          |
| Bolivia                                   | 0,5          | 0,1          | 0,0          | 0,5          | 0,4          | 1,7          | 3,9          | 0,1          | 1,3          |
| Brasil                                    | 0,7          | 0,1          | 0,0          | 0,5          | 0,0          | 4,1          | 5,6          | 6,7          | 1,6          |
| Otro País de América del Sur              | 1,3          | 0,2          | 0,4          | 0,1          | 2,5          | 6,1          | 7,8          | 5,2          | 2,8          |
| Otra Parte del Mundo                      | 0,6          | 0,2          | 0,0          | 0,1          | 0,9          | 2,3          | 4,1          | 1,1          | 1,7          |
| Ninguno                                   | 92,8         | 99,2         | 99,4         | 97,0         | 81,3         | 71,3         | 63,7         | 73,5         | 79,7         |
| <b>PAISES VISITADOS DESPUES DE CHILE</b>  | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Argentina                                 | 5,4          | 0,0          | 0,2          | 8,8          | 14,2         | 17,5         | 18,0         | 15,3         | 15,8         |
| Perú                                      | 1,4          | 1,2          | 0,1          | 0,0          | 1,4          | 4,4          | 4,6          | 1,3          | 2,9          |
| Bolivia                                   | 0,3          | 0,1          | 0,0          | 0,2          | 0,3          | 1,3          | 0,2          | 0,4          | 0,4          |
| Brasil                                    | 0,6          | 0,1          | 0,0          | 0,1          | 0,0          | 4,4          | 3,1          | 3,8          | 1,1          |
| Otro País de America del Sur              | 0,9          | 0,2          | 0,5          | 1,0          | 1,5          | 2,8          | 4,8          | 2,9          | 2,0          |
| Otra Parte del Mundo                      | 0,3          | 0,1          | 0,2          | 0,2          | 0,3          | 1,0          | 0,9          | 0,6          | 0,6          |
| Ninguno                                   | 92,4         | 98,5         | 99,0         | 90,8         | 83,2         | 75,1         | 75,2         | 80,7         | 79,9         |
| <b>COMPOSICION ETÁREA MASCULINA</b>       | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| 0 a 14 años                               | 6,4          | 10,2         | 7,1          | 5,0          | 1,6          | 0,7          | 1,4          | 1,7          | 2,3          |
| 15 a 24 años                              | 6,2          | 6,4          | 10,5         | 9,1          | 3,3          | 3,9          | 2,8          | 3,7          | 3,5          |
| 25 a 34 años                              | 21,1         | 16,6         | 31,7         | 30,5         | 23,0         | 18,4         | 21,7         | 21,8         | 19,8         |
| 35 a 44 años                              | 31,6         | 28,8         | 31,4         | 33,3         | 38,8         | 32,5         | 28,1         | 34,7         | 34,1         |
| 45 a 54 años                              | 21,7         | 21,1         | 14,3         | 16,3         | 24,4         | 27,6         | 30,1         | 23,8         | 27,9         |
| 55 a 64 años                              | 10,3         | 12,3         | 4,5          | 5,3          | 7,8          | 13,8         | 13,0         | 11,6         | 11,2         |
| 65 años y más                             | 2,8          | 4,5          | 0,5          | 0,6          | 1,1          | 3,1          | 3,0          | 2,7          | 1,2          |
| <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   | AMÉRICA      | ARGENTINA    | BOLIVIA      | PERÚ         | BRASIL       | EE.UU.       | CANADÁ       | MÉXICO       | O.AMÉRICA    |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>COMPOSICION ETÁREA FEMENINA</b>  | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| 0 a 14 años   | 6,6          | 9,0          | 5,6          | 4,6          | 2,8          | 1,8          | 2,6          | 3,1          | 2,9          |
| 15 a 24 años  | 7,2          | 6,6          | 6,9          | 10,5         | 5,2          | 10,4         | 6,7          | 6,8          | 6,9          |
| 25 a 34 años  | 23,3         | 17,0         | 28,7         | 32,9         | 30,0         | 28,2         | 28,3         | 29,5         | 29,4         |
| 35 a 44 años  | 28,1         | 24,4         | 39,2         | 29,2         | 33,3         | 21,5         | 23,5         | 31,2         | 28,1         |
| 45 a 54 años  | 18,1         | 19,4         | 13,7         | 16,8         | 17,2         | 18,9         | 22,8         | 16,1         | 21,5         |
| 55 a 64 años  | 10,6         | 14,1         | 5,5          | 5,0          | 6,8          | 10,5         | 12,1         | 10,3         | 8,9          |
| 65 años y más   | 6,1          | 9,5          | 0,4          | 0,9          | 4,6          | 8,7          | 4,0          | 3,2          | 2,3          |
| <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> |
| <b>COMPOSICION ETÁREA TOTAL</b>   | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| 0 a 14 años   | 6,5          | 9,6          | 6,2          | 4,8          | 2,1          | 1,1          | 1,8          | 2,1          | 2,5          |
| 15 a 24 años  | 6,7          | 6,5          | 8,3          | 9,8          | 4,0          | 6,1          | 4,3          | 4,7          | 4,8          |
| 25 a 34 años  | 22,1         | 16,8         | 29,9         | 31,7         | 25,6         | 21,7         | 24,2         | 24,1         | 23,5         |
| 35 a 44 años  | 29,9         | 26,6         | 36,0         | 31,3         | 36,8         | 28,8         | 26,3         | 33,6         | 31,7         |
| 45 a 54 años  | 20,0         | 20,2         | 13,9         | 16,5         | 21,7         | 24,7         | 27,3         | 21,5         | 25,4         |
| 55 a 64 años  | 10,4         | 13,2         | 5,1          | 5,2          | 7,4          | 12,7         | 12,6         | 11,2         | 10,3         |
| 65 años y más   | 4,3          | 7,0          | 0,4          | 0,7          | 2,4          | 5,0          | 3,4          | 2,8          | 1,6          |
| <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> |
| <b>COMPOSICION POR GÉNERO</b>   | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Masculino   | 52,4         | 49,2         | 41,0         | 51,8         | 62,6         | 66,9         | 61,4         | 69,8         | 61,1         |
| Femenino  | 47,6         | 50,8         | 59,0         | 48,2         | 37,4         | 33,1         | 38,6         | 30,2         | 38,9         |
| <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> |
| <b>TIPO DE ALOJAMIENTO</b>  | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Hotel y similares   | 60,1         | 49,9         | 62,1         | 54,8         | 90,5         | 76,8         | 75,9         | 83,7         | 66,8         |
| Camping   | 0,6          | 0,8          | 0,0          | 0,4          | 0,5          | 1,6          | 0,6          | 0,1          | 0,3          |
| Casa/Depto.Arrendado  | 6,7          | 10,9         | 4,1          | 1,4          | 2,0          | 2,9          | 3,1          | 3,3          | 4,4          |
| Casa familiares/Amigos  | 33,7         | 41,1         | 29,5         | 40,3         | 8,9          | 22,5         | 24,2         | 15,5         | 31,3         |
| Pasajero crucero  | 0,5          | 0,1          | 0,0          | 0,0          | 0,4          | 2,8          | 7,4          | 1,9          | 0,3          |
| Otro  | 3,4          | 2,5          | 5,1          | 5,1          | 1,2          | 6,4          | 5,2          | 0,8          | 2,9          |
| <b>SISTEMA HABITUAL DE ALIMENTACIÓN</b>                                     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Restaurante   | 75,3         | 67,6         | 72,7         | 71,0         | 94,5         | 92,6         | 89,0         | 89,6         | 88,9         |
| Hotel y similares   | 25,6         | 29,5         | 2,9          | 19,6         | 33,4         | 37,2         | 25,0         | 30,5         | 26,1         |
| Preparó su comida   | 21,7         | 36,6         | 5,9          | 6,8          | 6,7          | 10,5         | 15,2         | 7,7          | 10,1         |
| Casa familiares/ Amigos   | 32,4         | 39,7         | 27,6         | 37,8         | 8,7          | 23,1         | 24,0         | 14,4         | 29,9         |
| Invitación  | 11,8         | 17,8         | 3,4          | 4,3          | 5,7          | 9,3          | 5,6          | 10,9         | 11,6         |
| Otro  | 2,2          | 1,1          | 3,4          | 2,4          | 1,2          | 5,4          | 8,2          | 2,8          | 2,6          |
| <b>UTILIZÓ TRANSPORTE DE BANDERA CHILENA PARA LLEGAR Y/O SALIR DEL PAIS</b> | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| NO  | 72,5         | 79,1         | 79,3         | 55,7         | 67,8         | 70,5         | 76,1         | 33,4         | 57,2         |
| SI  | 27,5         | 20,9         | 20,7         | 44,3         | 32,2         | 29,5         | 23,9         | 66,6         | 42,8         |
| <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> |

| CARACTERÍSTICAS  | AMÉRICA      | ARGENTINA    | BOLIVIA      | PERÚ         | BRASIL       | EE.UU.       | CANADÁ       | MÉXICO       | O.AMÉRICA    |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>TIPO DE TRANSPORTE DE BANDERA CHILENA UTILIZADO PARA LLEGAR</b> | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Avión  | 57,9         | 42,6         | 14,7         | 45,3         | 92,9         | 90,3         | 70,5         | 99,5         | 93,4         |
| Bus  | 38,6         | 57,3         | 85,3         | 36,1         | 7,1          | 9,7          | 19,5         | 0,5          | 6,4          |
| Taxi-colectivo   | 3,6          | 0,0          | 0,0          | 18,6         | 0,0          | 0,0          | 10,0         | 0,0          | 0,2          |
| <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> |
| <b>TIPO DE TRANSPORTE DE BANDERA CHILENA UTILIZADO PARA SALIR</b>  | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Avión  | 54,3         | 41,6         | 7,0          | 40,4         | 90,0         | 83,9         | 67,9         | 92,7         | 89,4         |
| Bus  | 40,6         | 58,1         | 93,0         | 34,9         | 8,8          | 15,6         | 22,1         | 6,5          | 9,2          |
| Taxi-colectivo   | 5,1          | 0,3          | 0,0          | 24,6         | 1,2          | 0,5          | 10,0         | 0,7          | 1,4          |
| <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> |
| <b>USO VEHÍCULO PROPIO PARA VENIR A CHILE</b>                      | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| NO   | 74,0         | 52,3         | 92,9         | 89,9         | 92,5         | 99,7         | 99,7         | 100,0        | 95,5         |
| SI   | 26,0         | 47,7         | 7,1          | 10,1         | 7,5          | 0,3          | 0,3          | 0,0          | 4,5          |
| <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> |
| <b>USO DE PAQUETE TURÍSTICO Y COMPONENTES</b>                      | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| NO   | 89,1         | 87,7         | 100,0        | 99,6         | 73,2         | 87,4         | 88,1         | 79,9         | 86,4         |
| SI   | 10,9         | 12,3         | 0,0          | 0,4          | 26,8         | 12,6         | 11,9         | 20,1         | 13,6         |
| <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> |
| <b>COMPOSICIÓN PAQUETE TURÍSTICO</b>                               | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Pasajes internacionales  | 78,0         | 78,4         | 0,0          | 41,3         | 77,6         | 73,6         | 69,1         | 72,7         | 85,6         |
| Alojamiento  | 96,3         | 96,7         | 0,0          | 100,0        | 94,7         | 96,5         | 93,5         | 94,5         | 98,5         |
| Alimentación   | 69,7         | 92,4         | 0,0          | 42,6         | 18,9         | 76,3         | 65,2         | 41,3         | 66,6         |
| Transporte local/Traslados   | 75,6         | 70,6         | 0,0          | 57,0         | 85,2         | 89,7         | 57,2         | 83,3         | 69,6         |
| City tour  | 76,9         | 75,6         | 0,0          | 62,9         | 78,9         | 75,1         | 52,9         | 85,7         | 84,2         |
| Otros  | 26,7         | 31,7         | 0,0          | 14,4         | 15,6         | 33,2         | 26,5         | 17,5         | 21,7         |
| <b>ACTIVIDADES REALIZADAS (*)</b>                                  | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Bañarse en la playa  | 21,9         | 27,1         | 26,8         | 27,1         | 8,4          | 7,2          | 11,3         | 5,8          | 9,3          |
| Otras actividades de playa   | 15,1         | 16,5         | 20,4         | 15,1         | 11,0         | 9,8          | 13,4         | 5,2          | 9,4          |
| Deportes de aventura   | 1,1          | 1,0          | 0,2          | 0,0          | 1,3          | 2,5          | 2,8          | 3,2          | 2,6          |
| Ascensiones/trekking en montaña                                    | 4,3          | 3,8          | 1,1          | 0,9          | 8,6          | 10,1         | 12,2         | 10,5         | 3,6          |
| Ski-snowboard  | 1,9          | 0,9          | 0,0          | 0,1          | 9,7          | 2,9          | 2,0          | 1,6          | 2,6          |
| Otros deportes de montaña  | 2,0          | 2,6          | 0,0          | 0,8          | 2,9          | 3,6          | 3,7          | 0,0          | 1,5          |
| Vísita a parques, reservas nacionales                              | 16,7         | 20,8         | 3,8          | 3,8          | 20,2         | 23,8         | 26,7         | 20,2         | 18,3         |
| Observación de flora y fauna                                       | 15,7         | 16,9         | 4,1          | 8,1          | 24,4         | 19,2         | 24,2         | 23,6         | 22,7         |
| Participación en eventos-festivales                                | 3,3          | 4,4          | 3,3          | 2,5          | 1,0          | 1,4          | 2,8          | 0,5          | 2,3          |
| Participación en eventos deportivos                                | 1,1          | 1,5          | 0,7          | 0,5          | 0,7          | 0,8          | 0,8          | 0,3          | 1,0          |
| Vísita a museos, centros históricos y de artes                     | 31,3         | 36,7         | 9,5          | 19,7         | 41,7         | 32,3         | 40,3         | 38,9         | 34,9         |
| Actividades religiosas y de congregación                           | 1,5          | 1,5          | 1,5          | 1,5          | 1,1          | 2,0          | 0,7          | 0,2          | 2,3          |
| City tour  | 13,9         | 12,4         | 0,4          | 8,6          | 36,1         | 16,0         | 16,9         | 31,9         | 22,2         |
| Cruceros   | 0,3          | 0,0          | 0,0          | 0,0          | 0,5          | 2,1          | 2,9          | 1,1          | 0,3          |
| Baños termales   | 3,4          | 4,7          | 0,5          | 0,3          | 4,3          | 4,0          | 4,0          | 2,6          | 2,8          |
| Excursiones náuticas   | 8,4          | 13,0         | 0,4          | 2,6          | 6,3          | 7,2          | 4,5          | 6,4          | 7,2          |
| Rutas de interés temáticos   | 4,2          | 0,6          | 0,0          | 0,5          | 23,6         | 8,6          | 8,4          | 7,7          | 9,4          |
| Otras actividades  | 23,7         | 25,8         | 26,1         | 11,5         | 23,1         | 28,0         | 32,4         | 18,1         | 19,8         |
| No realiza actividades   | 33,2         | 23,1         | 57,5         | 49,0         | 24,6         | 39,1         | 28,4         | 39,7         | 35,5         |

(\*) Se modifica Brasil con fecha 09/09/2010

| CARACTERÍSTICAS   | AMÉRICA  | ARGENTINA | BOLIVIA  | PERÚ     | BRASIL   | EE.UU.   | CANADÁ   | MÉXICO   | O.AMÉRICA |
|---|----------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| <b>ACTIVIDADES REALIZADAS (AGRUPADAS) (*)</b>                             | <b>%</b> | <b>%</b>  | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b>  |
| Urbanas   | 36,6     | 40,8      | 9,9      | 24,8     | 57,0     | 38,8     | 47,3     | 50,0     | 42,6      |
| Naturaleza  | 23,4     | 26,7      | 7,3      | 9,4      | 32,3     | 30,6     | 36,8     | 28,7     | 28,9      |
| Playa   | 28,5     | 33,7      | 33,9     | 34,0     | 15,8     | 12,3     | 18,2     | 10,4     | 15,4      |
| Montaña y Deporte Aventura  | 7,0      | 5,8       | 1,3      | 1,1      | 18,8     | 13,5     | 15,0     | 12,8     | 9,1       |
| Marítimas   | 8,7      | 13,1      | 0,4      | 2,6      | 6,7      | 9,0      | 7,1      | 7,5      | 7,4       |
| Termales / Rutas de Interés Temático                                      | 7,3      | 5,1       | 0,5      | 0,8      | 26,9     | 12,1     | 11,7     | 9,9      | 12,0      |
| Eventos Masivos   | 5,6      | 7,0       | 4,8      | 4,6      | 2,9      | 4,1      | 3,5      | 1,0      | 5,5       |
| Otras   | 23,7     | 25,8      | 26,1     | 11,5     | 23,1     | 28,0     | 32,4     | 18,1     | 19,8      |
| No Realiza  | 33,2     | 23,1      | 57,5     | 49,0     | 24,6     | 39,1     | 28,4     | 39,7     | 35,5      |
| <b>RAZONES PARA VISITAR CHILE (Base: Motivo del Viaje=VACACIONES) (*)</b> | <b>%</b> | <b>%</b>  | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b>  |
| Atractivos naturales-paisajes   | 69,6     | 71,3      | 92,2     | 57,5     | 64,6     | 67,6     | 68,6     | 54,9     | 64,4      |
| Atractivos culturales   | 21,3     | 19,3      | 1,9      | 30,7     | 26,1     | 31,4     | 29,2     | 17,5     | 21,1      |
| Precios   | 6,1      | 8,0       | 1,3      | 10,0     | 3,3      | 1,7      | 1,2      | 0,0      | 2,1       |
| Distancia   | 22,4     | 25,1      | 69,7     | 35,8     | 7,0      | 2,1      | 2,6      | 1,3      | 2,3       |
| Sensación seguridad de país   | 6,8      | 2,5       | 27,1     | 29,6     | 5,2      | 3,1      | 4,0      | 0,0      | 7,0       |
| Clima   | 8,5      | 2,1       | 45,2     | 33,4     | 9,0      | 4,6      | 4,4      | 3,0      | 4,3       |
| Conocer por primera vez   | 29,1     | 23,2      | 29,1     | 14,0     | 41,8     | 39,5     | 41,9     | 73,6     | 53,2      |
| Conocer lugares pendientes  | 10,0     | 11,4      | 2,6      | 15,0     | 7,9      | 5,4      | 6,6      | 1,3      | 10,2      |
| Otros   | 12,5     | 8,7       | 20,8     | 8,2      | 18,8     | 22,5     | 25,0     | 13,9     | 14,6      |
| <b>PROPORCIÓN SEGUN LUGAR VISITADO</b>                                    | <b>%</b> | <b>%</b>  | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b>  |
| Arica   | 22,1     | 1,4       | 93,4     | 72,9     | 2,2      | 2,5      | 4,7      | 1,1      | 5,3       |
| Putre - Lago Chungará   | 0,3      | 0,0       | 1,1      | 0,2      | 0,2      | 1,1      | 0,2      | 0,2      | 0,2       |
| Iquique - Salitreras - Pica - Mantilla                                    | 3,8      | 0,8       | 14,6     | 5,4      | 1,2      | 2,8      | 2,2      | 0,7      | 6,7       |
| Antofagasta - Calama  | 1,7      | 1,0       | 0,9      | 2,3      | 1,7      | 3,8      | 3,2      | 1,6      | 4,1       |
| Valle de la Luna-San P. de Atacama-Geyser del Tatio                       | 2,0      | 1,0       | 0,0      | 1,3      | 5,0      | 6,5      | 8,6      | 1,5      | 2,7       |
| La Serena - Coquimbo - Valle del Elqui - Vicuña                           | 3,3      | 3,9       | 0,0      | 1,5      | 2,5      | 6,2      | 9,5      | 2,2      | 5,0       |
| Isla de Pascua  | 0,3      | 0,0       | 0,0      | 0,0      | 0,5      | 1,9      | 2,8      | 0,5      | 0,1       |
| Valparaíso - Viña del Mar   | 19,8     | 26,8      | 1,0      | 3,4      | 20,8     | 26,1     | 30,2     | 17,9     | 23,5      |
| Otros sectores costeros   | 3,4      | 5,1       | 0,1      | 0,2      | 2,1      | 4,6      | 6,6      | 4,6      | 2,7       |
| Centros Invernales  | 0,8      | 0,4       | 0,0      | 0,0      | 4,5      | 1,6      | 1,0      | 0,8      | 1,1       |
| Santiago y alrededores  | 38,9     | 26,8      | 3,0      | 25,7     | 85,9     | 79,5     | 77,2     | 87,1     | 81,5      |
| Rutas del vino  | 0,3      | 0,0       | 0,0      | 0,0      | 0,9      | 1,7      | 0,9      | 0,0      | 0,9       |
| Pichilemu - Constitución  | 0,5      | 0,5       | 0,0      | 0,0      | 0,6      | 1,4      | 2,2      | 0,5      | 0,6       |
| Concepción - costa del Bio-Bio  | 2,9      | 3,4       | 0,0      | 1,4      | 2,8      | 4,5      | 6,7      | 4,8      | 4,2       |
| Pucón - Villarrica - Lican Ray - Caburga                                  | 5,4      | 7,0       | 0,2      | 0,2      | 7,7      | 8,6      | 11,9     | 7,2      | 3,8       |
| Valdivia - sector costero   | 8,0      | 13,8      | 0,0      | 0,6      | 3,9      | 6,5      | 6,7      | 4,7      | 4,2       |
| Osorno y alrededores  | 9,4      | 17,1      | 0,0      | 0,9      | 3,9      | 3,8      | 2,7      | 6,5      | 3,7       |
| Pto. Montt - Pto. Varas   | 15,7     | 24,6      | 0,0      | 2,7      | 11,4     | 14,6     | 11,6     | 14,8     | 13,2      |
| Isla de Chiloé  | 5,0      | 8,5       | 0,0      | 0,0      | 3,1      | 3,8      | 2,4      | 2,7      | 3,6       |
| Carretera Austral - Futaleufú - Palena                                    | 0,2      | 0,1       | 0,0      | 0,0      | 0,1      | 0,7      | 0,6      | 0,0      | 0,7       |
| Torres del Paine  | 0,6      | 0,1       | 0,0      | 0,0      | 1,1      | 4,0      | 4,1      | 0,7      | 1,0       |
| Punta Arenas  | 0,7      | 0,1       | 0,0      | 0,0      | 1,5      | 4,3      | 4,4      | 0,6      | 0,8       |

(\*) Se modifica Brasil con fecha 09/09/2010

| CARACTERÍSTICAS          | AMÉRICA | ARGENTINA | BOLIVIA | PERÚ | BRASIL | EE.UU. | CANADÁ | MÉXICO | O.AMÉRICA |
|--------------------------|---------|-----------|---------|------|--------|--------|--------|--------|-----------|
| CIUDAD DE RESIDENCIA     | %       | %         | %       | %    | %      | %      | %      | %      | %         |
| Bariloche                | 8,4     | 17,5      | -       | -    | -      | -      | -      | -      | -         |
| Buenos Aires             | 12,1    | 25,1      | -       | -    | -      | -      | -      | -      | -         |
| Córdoba                  | 2,5     | 5,2       | -       | -    | -      | -      | -      | -      | -         |
| Mendoza                  | 11,7    | 24,4      | -       | -    | -      | -      | -      | -      | -         |
| Otra Ciudad de ARGENTINA | 13,3    | 27,8      | -       | -    | -      | -      | -      | -      | -         |
| Cochabamba               | 1,7     | -         | 12,8    | -    | -      | -      | -      | -      | -         |
| La Paz                   | 8,3     | -         | 63,0    | -    | -      | -      | -      | -      | -         |
| Otra Ciudad de BOLIVIA   | 3,2     | -         | 24,1    | -    | -      | -      | -      | -      | -         |
| Lima                     | 3,5     | -         | -       | 30,6 | -      | -      | -      | -      | -         |
| Tacna                    | 5,2     | -         | -       | 45,7 | -      | -      | -      | -      | -         |
| Otra Ciudad de PERÚ      | 2,7     | -         | -       | 23,7 | -      | -      | -      | -      | -         |
| Brasília                 | 0,3     | -         | -       | -    | 3,4    | -      | -      | -      | -         |
| Río de Janeiro           | 1,0     | -         | -       | -    | 11,1   | -      | -      | -      | -         |
| Sao Paulo                | 4,3     | -         | -       | -    | 45,7   | -      | -      | -      | -         |
| Otra Ciudad de BRASIL    | 3,7     | -         | -       | -    | 39,7   | -      | -      | -      | -         |
| Los Angeles              | 0,4     | -         | -       | -    | -      | 5,0    | -      | -      | -         |
| Miami                    | 0,6     | -         | -       | -    | -      | 7,7    | -      | -      | -         |
| Nueva York               | 0,6     | -         | -       | -    | -      | 7,6    | -      | -      | -         |
| San Francisco            | 0,2     | -         | -       | -    | -      | 2,1    | -      | -      | -         |
| Washington               | 0,3     | -         | -       | -    | -      | 4,3    | -      | -      | -         |
| Otra Ciudad de EE.UU.    | 5,9     | -         | -       | -    | -      | 73,3   | -      | -      | -         |
| Montreal                 | 0,3     | -         | -       | -    | -      | -      | 15,7   | -      | -         |
| Otawa                    | 0,1     | -         | -       | -    | -      | -      | 3,5    | -      | -         |
| Toronto                  | 0,4     | -         | -       | -    | -      | -      | 26,0   | -      | -         |
| Vancouver                | 0,2     | -         | -       | -    | -      | -      | 15,0   | -      | -         |
| Otra Ciudad de CANADÁ    | 0,6     | -         | -       | -    | -      | -      | 39,8   | -      | -         |
| Ciudad de México         | 0,7     | -         | -       | -    | -      | -      | -      | 52,1   | -         |
| Guadalajara              | 0,1     | -         | -       | -    | -      | -      | -      | 5,7    | -         |
| Monterrey                | 0,1     | -         | -       | -    | -      | -      | -      | 8,1    | -         |
| Otra Ciudad de MÉXICO    | 0,4     | -         | -       | -    | -      | -      | -      | 34,1   | -         |
| Otra Ciudad de AMÉRICA   | 7,3     | -         | -       | -    | -      | -      | -      | -      | 100,0     |

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

| CARACTERÍSTICAS  | EUROPA       | ALEMANIA     | ESPAÑA       | FRANCIA      | INGLATERRA   | O.EUROPA     | ASIA         | O.MUNDO      | TOTAL        |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| N° de llegada de residentes  | 373.124      | 62.881       | 63.407       | 64.538       | 47.946       | 134.352      | 27.766       | 68.852       | 2.759.067    |
| Ingreso de Divisas (miles de dólares)  | 439.407      | 74.791       | 84.621       | 76.304       | 46.602       | 157.090      | 41.504       | 55.585       | 1.573.703    |
| Permanencia promedio en Chile del residente en el extranjero (días)                | 18,1         | 20,4         | 17,6         | 20,2         | 12,6         | 18,1         | 14,8         | 10,2         | 9,2          |
| Gasto promedio diario individual en Chile del residente en el extranjero (dólares) | 65,2         | 58,4         | 75,8         | 58,6         | 77,2         | 64,5         | 100,8        | 79,1         | 61,7         |
| Gasto promedio total individual en Chile del residente en el extranjero (dólares)  | 1.177,6      | 1.189,4      | 1.334,6      | 1.182,3      | 972,0        | 1.169,2      | 1.494,8      | 807,3        | 570,4        |
| <b>ESTRUCTURA DEL GASTO</b>  | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Hoteles y similares  | 29,4         | 30,1         | 27,5         | 30,2         | 31,5         | 29,5         | 33,9         | 27,9         | 28,8         |
| Restaurante o similares  | 21,4         | 21,6         | 22,3         | 21,7         | 19,2         | 21,1         | 19,9         | 21,2         | 20,4         |
| Transporte Interno ( <i>Terrestre, marítimo y/o aéreo</i> )                        | 10,9         | 11,2         | 10,7         | 12,1         | 11,4         | 10,2         | 13,3         | 10,6         | 9,0          |
| Compras  | 13,0         | 12,2         | 17,2         | 12,4         | 9,5          | 12,6         | 12,8         | 15,1         | 16,8         |
| Paquete Turístico  | 12,3         | 10,8         | 10,1         | 10,6         | 15,9         | 13,8         | 8,0          | 11,6         | 10,7         |
| Otros  | 13,0         | 14,0         | 12,3         | 12,9         | 12,5         | 12,8         | 12,2         | 13,7         | 14,3         |
| <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> |
| <b>PRINCIPAL MOTIVO DEL VIAJE</b>  | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| <b>Personales</b>  | <b>78,7</b>  | <b>81,8</b>  | <b>67,8</b>  | <b>82,8</b>  | <b>82,4</b>  | <b>79,0</b>  | <b>49,1</b>  | <b>89,8</b>  | <b>74,1</b>  |
| Vacaciones   | 55,0         | 58,5         | 32,1         | 59,8         | 66,8         | 57,7         | 35,7         | 68,0         | 43,5         |
| Visita a familiares / amigos   | 19,9         | 19,1         | 31,4         | 18,4         | 12,0         | 18,5         | 8,6          | 13,7         | 24,4         |
| Otros motivos  | 3,7          | 4,2          | 4,3          | 4,6          | 3,6          | 2,8          | 4,7          | 8,1          | 6,2          |
| <b>De Negocios</b>   | <b>21,3</b>  | <b>18,2</b>  | <b>32,2</b>  | <b>17,2</b>  | <b>17,6</b>  | <b>21,0</b>  | <b>50,9</b>  | <b>10,2</b>  | <b>25,9</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> |
| <b>VISITA CHILE POR PRIMERA VEZ</b>  | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| NO   | 36,9         | 39,1         | 51,6         | 30,8         | 27,8         | 35,2         | 37,3         | 27,3         | 65,0         |
| SI   | 63,1         | 60,9         | 48,4         | 69,2         | 72,2         | 64,8         | 62,7         | 72,7         | 35,0         |
| <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> |
| <b>¿Cuántas veces a venido a Chile anteriormente?</b>                              | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Una vez  | 22,2         | 28,2         | 18,1         | 20,2         | 30,2         | 20,6         | 19,3         | 24,1         | 11,4         |
| Dos veces  | 20,9         | 22,8         | 20,6         | 24,2         | 23,1         | 18,1         | 26,4         | 24,0         | 12,5         |
| Tres veces   | 9,2          | 7,9          | 8,3          | 11,9         | 11,7         | 8,7          | 10,8         | 16,5         | 8,0          |
| Más de tres veces  | 47,6         | 41,0         | 53,0         | 43,7         | 35,0         | 52,6         | 43,6         | 35,5         | 68,1         |
| <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> |
| <b>MEDIOS PARA INFORMARSE DE CHILE</b>   | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Internet/Sitios Web  | 49,8         | 49,0         | 39,9         | 52,4         | 54,2         | 52,0         | 50,0         | 53,0         | 24,2         |
| Agencia de Viajes  | 21,6         | 27,0         | 19,2         | 17,5         | 23,5         | 21,5         | 23,2         | 23,5         | 15,0         |
| Medios de comunicación   | 10,8         | 10,8         | 8,5          | 11,5         | 14,6         | 10,2         | 4,5          | 11,7         | 5,5          |
| Revistas/Folletos/Guías especializadas   | 16,0         | 16,4         | 8,4          | 15,6         | 22,8         | 17,2         | 9,8          | 21,3         | 5,5          |
| Por parientes/amigos   | 31,3         | 28,5         | 33,8         | 34,2         | 27,3         | 31,4         | 19,7         | 28,6         | 22,4         |
| Ferias/Workshop turístico  | 0,7          | 0,7          | 0,2          | 0,9          | 1,0          | 0,7          | 0,4          | 0,2          | 0,3          |
| Otras  | 22,6         | 22,1         | 23,7         | 24,3         | 20,7         | 22,1         | 32,4         | 23,5         | 12,3         |
| Estuvo anteriormente   | 31,6         | 32,2         | 47,5         | 25,7         | 24,4         | 29,4         | 33,1         | 18,7         | 59,3         |



| <b>CARACTERÍSTICAS</b>                    | <b>EUROPA</b> | <b>ALEMANIA</b> | <b>ESPAÑA</b> | <b>FRANCIA</b> | <b>INGLATERRA</b> | <b>O.EUROPA</b> | <b>ASIA</b>  | <b>O.MUNDO</b> | <b>TOTAL</b> |
|---|---------------|-----------------|---------------|----------------|-------------------|-----------------|--------------|----------------|--------------|
| <b>FINANCIAMIENTO DEL VIAJE</b>           | <b>%</b>      | <b>%</b>        | <b>%</b>      | <b>%</b>       | <b>%</b>          | <b>%</b>        | <b>%</b>     | <b>%</b>       | <b>%</b>     |
| Usted mismo                               | 81,3          | 83,4            | 72,5          | 84,9           | 85,3              | 81,4            | 50,8         | 91,2           | 83,5         |
| La empresa-institución                    | 19,5          | 17,3            | 28,6          | 15,1           | 16,3              | 19,4            | 48,2         | 9,5            | 16,2         |
| Familiares amigos                         | 1,7           | 2,3             | 1,4           | 3,4            | 0,8               | 1,1             | 3,0          | 0,5            | 3,4          |
| Invitación-regalos-millas                 | 0,7           | 0,7             | 0,5           | 0,7            | 0,8               | 0,8             | 0,5          | 0,5            | 0,9          |
| Otros                                     | 0,5           | 0,3             | 0,8           | 0,7            | 0,3               | 0,5             | 0,3          | 0,0            | 0,3          |
| <b>MEDIOS PARA ADQUIRIR VIAJE A CHILE</b> | <b>%</b>      | <b>%</b>        | <b>%</b>      | <b>%</b>       | <b>%</b>          | <b>%</b>        | <b>%</b>     | <b>%</b>       | <b>%</b>     |
| Agencia de Viajes                         | 40,2          | 40,9            | 46,5          | 32,0           | 37,9              | 41,7            | 58,2         | 33,4           | 27,7         |
| Directo en Líneas Aéreas o de Buses       | 32,3          | 32,6            | 26,1          | 34,5           | 37,5              | 32,2            | 21,5         | 40,9           | 38,2         |
| Internet                                  | 25,7          | 24,8            | 25,8          | 30,4           | 24,0              | 24,3            | 19,7         | 24,7           | 12,0         |
| Ninguna de las Anteriores                 | 1,6           | 1,4             | 1,3           | 3,0            | 0,4               | 1,7             | 0,0          | 0,9            | 21,8         |
| Obsequio, premio                          | 0,2           | 0,2             | 0,2           | 0,1            | 0,2               | 0,1             | 0,5          | 0,1            | 0,3          |
| <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> |
| <b>PAÍSES VISITADOS ANTES DE CHILE</b>    | <b>%</b>      | <b>%</b>        | <b>%</b>      | <b>%</b>       | <b>%</b>          | <b>%</b>        | <b>%</b>     | <b>%</b>       | <b>%</b>     |
| Argentina                                 | 29,6          | 26,8            | 16,6          | 30,2           | 35,8              | 34,5            | 18,1         | 25,7           | 8,7          |
| Perú                                      | 8,3           | 8,3             | 4,1           | 8,3            | 10,3              | 9,6             | 21,0         | 20,9           | 3,0          |
| Bolivia                                   | 7,4           | 7,1             | 2,5           | 9,9            | 9,5               | 8,0             | 10,6         | 15,6           | 1,9          |
| Brasil                                    | 5,6           | 5,6             | 1,6           | 3,4            | 10,1              | 6,9             | 8,9          | 11,5           | 1,7          |
| Otro País de América del Sur              | 5,8           | 6,9             | 2,9           | 3,4            | 9,2               | 6,5             | 9,0          | 9,6            | 2,2          |
| Otra Parte del Mundo                      | 5,6           | 4,0             | 2,0           | 6,2            | 11,3              | 5,8             | 16,9         | 8,1            | 1,6          |
| Ninguno                                   | 55,7          | 58,0            | 76,1          | 56,6           | 43,4              | 49,1            | 46,9         | 51,3           | 86,3         |
| <b>PAISES VISITADOS DESPUES DE CHILE</b>  | <b>%</b>      | <b>%</b>        | <b>%</b>      | <b>%</b>       | <b>%</b>          | <b>%</b>        | <b>%</b>     | <b>%</b>       | <b>%</b>     |
| Argentina                                 | 31,3          | 32,9            | 19,5          | 32,9           | 39,2              | 32,4            | 20,8         | 45,1           | 10,0         |
| Perú                                      | 5,8           | 3,2             | 1,2           | 6,8            | 6,7               | 8,4             | 9,0          | 10,9           | 2,3          |
| Bolivia                                   | 3,7           | 1,8             | 0,0           | 6,9            | 5,8               | 4,1             | 3,1          | 5,4            | 0,9          |
| Brasil                                    | 6,9           | 5,8             | 1,8           | 5,2            | 13,3              | 8,3             | 5,1          | 11,8           | 1,8          |
| Otro País de America del Sur              | 5,6           | 6,2             | 1,8           | 7,1            | 9,6               | 5,0             | 14,1         | 17,4           | 2,1          |
| Otra Parte del Mundo                      | 2,2           | 0,7             | 1,0           | 1,9            | 5,5               | 2,5             | 13,9         | 5,9            | 0,8          |
| Ninguno                                   | 61,9          | 62,0            | 78,1          | 61,2           | 50,5              | 58,4            | 47,5         | 36,7           | 86,4         |
| <b>COMPOSICION ETÁREA MASCULINA</b>       | <b>%</b>      | <b>%</b>        | <b>%</b>      | <b>%</b>       | <b>%</b>          | <b>%</b>        | <b>%</b>     | <b>%</b>       | <b>%</b>     |
| 0 a 14 años                               | 0,7           | 0,7             | 0,6           | 1,1            | 0,5               | 0,7             | 0,4          | 0,6            | 5,3          |
| 15 a 24 años                              | 5,4           | 4,1             | 2,2           | 5,6            | 5,7               | 7,3             | 7,9          | 5,4            | 6,1          |
| 25 a 34 años                              | 30,9          | 26,3            | 21,5          | 37,3           | 37,6              | 32,5            | 27,2         | 44,5           | 23,3         |
| 35 a 44 años                              | 27,7          | 34,0            | 35,5          | 23,4           | 22,4              | 25,0            | 38,0         | 25,2           | 30,9         |
| 45 a 54 años                              | 21,8          | 23,7            | 27,3          | 20,0           | 18,8              | 20,0            | 17,9         | 12,8           | 21,4         |
| 55 a 64 años                              | 11,2          | 8,6             | 11,6          | 9,7            | 12,3              | 12,4            | 6,3          | 10,3           | 10,4         |
| 65 años y más                             | 2,2           | 2,7             | 1,3           | 3,0            | 2,7               | 2,0             | 2,3          | 1,4            | 2,7          |
| <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        |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>COMPOSICION ETÁREA FEMENINA</b>  | %            | %            | %            | %            | %            | %            | %            | %            | %            |
| 0 a 14 años   | 1,5          | 0,3          | 2,2          | 2,0          | 2,0          | 1,3          | 0,0          | 0,9          | 5,8          |
| 15 a 24 años  | 9,8          | 8,5          | 4,6          | 11,8         | 7,5          | 12,8         | 25,3         | 13,6         | 7,8          |
| 25 a 34 años  | 40,4         | 39,8         | 34,0         | 39,1         | 47,6         | 41,4         | 47,6         | 44,2         | 25,9         |
| 35 a 44 años  | 20,9         | 23,7         | 28,1         | 17,3         | 17,6         | 19,6         | 7,2          | 21,8         | 27,0         |
| 45 a 54 años  | 16,2         | 19,5         | 17,5         | 16,4         | 13,5         | 14,9         | 17,6         | 8,1          | 17,7         |
| 55 a 64 años  | 8,4          | 4,9          | 11,7         | 9,2          | 9,3          | 8,0          | 0,0          | 10,2         | 10,2         |
| 65 años y más   | 2,7          | 3,4          | 1,9          | 4,2          | 2,5          | 2,0          | 2,2          | 1,2          | 5,5          |
| <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> |
| <b>COMPOSICION ETÁREA TOTAL</b>   | %            | %            | %            | %            | %            | %            | %            | %            | %            |
| 0 a 14 años   | 1,0          | 0,5          | 1,2          | 1,4          | 1,1          | 0,9          | 0,3          | 0,7          | 5,5          |
| 15 a 24 años  | 7,1          | 5,9          | 3,0          | 8,1          | 6,5          | 9,3          | 12,6         | 8,8          | 6,8          |
| 25 a 34 años  | 34,5         | 31,9         | 25,8         | 38,0         | 41,8         | 35,7         | 32,7         | 44,4         | 24,5         |
| 35 a 44 años  | 25,2         | 29,7         | 32,9         | 20,9         | 20,4         | 23,1         | 29,7         | 23,7         | 29,1         |
| 45 a 54 años  | 19,7         | 21,9         | 24,0         | 18,6         | 16,6         | 18,2         | 17,8         | 10,8         | 19,7         |
| 55 a 64 años  | 10,1         | 7,1          | 11,6         | 9,5          | 11,0         | 10,9         | 4,6          | 10,2         | 10,3         |
| 65 años y más   | 2,4          | 3,0          | 1,5          | 3,5          | 2,6          | 2,0          | 2,3          | 1,3          | 4,0          |
| <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> |
| <b>COMPOSICION POR GÉNERO</b>   | %            | %            | %            | %            | %            | %            | %            | %            | %            |
| Masculino   | 62,1         | 58,7         | 65,7         | 59,7         | 58,0         | 64,7         | 72,9         | 58,0         | 54,1         |
| Femenino  | 37,9         | 41,3         | 34,3         | 40,3         | 42,0         | 35,3         | 27,1         | 42,0         | 45,9         |
| <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> |
| <b>TIPO DE ALOJAMIENTO</b>  | %            | %            | %            | %            | %            | %            | %            | %            | %            |
| Hotel y similares   | 79,6         | 80,8         | 70,7         | 79,9         | 86,7         | 80,6         | 79,1         | 85,1         | 63,5         |
| Camping   | 3,2          | 1,8          | 1,3          | 4,0          | 1,2          | 5,2          | 0,0          | 1,5          | 1,0          |
| Casa/Depto.Arrendado  | 3,2          | 4,3          | 4,1          | 3,2          | 2,0          | 2,6          | 7,6          | 1,8          | 6,1          |
| Casa familiares/Amigos  | 24,5         | 23,3         | 37,7         | 25,1         | 16,1         | 21,6         | 10,5         | 16,1         | 31,7         |
| Pasajero crucero  | 2,3          | 1,4          | 1,7          | 2,5          | 3,3          | 2,6          | 0,8          | 2,0          | 0,7          |
| Otro  | 4,5          | 5,2          | 2,7          | 5,6          | 5,0          | 4,5          | 6,2          | 3,8          | 3,6          |
| <b>SISTEMA HABITUAL DE ALIMENTACIÓN</b>                                     | %            | %            | %            | %            | %            | %            | %            | %            | %            |
| Restaurante   | 92,9         | 94,0         | 93,5         | 94,3         | 94,0         | 91,0         | 79,7         | 92,8         | 78,2         |
| Hotel y similares   | 31,2         | 36,3         | 31,6         | 33,1         | 38,1         | 25,4         | 27,1         | 36,5         | 26,6         |
| Preparó su comida   | 21,8         | 22,4         | 15,0         | 26,1         | 17,0         | 24,4         | 17,2         | 22,5         | 21,7         |
| Casa familiares/ Amigos   | 23,3         | 22,8         | 35,5         | 24,0         | 14,7         | 20,6         | 9,9          | 16,6         | 30,5         |
| Invitación  | 7,9          | 8,3          | 12,8         | 6,9          | 4,9          | 7,0          | 13,6         | 3,9          | 11,1         |
| Otro  | 3,7          | 3,6          | 3,3          | 4,3          | 4,2          | 3,5          | 5,0          | 1,9          | 2,4          |
| <b>UTILIZÓ TRANSPORTE DE BANDERA CHILENA PARA LLEGAR Y/O SALIR DEL PAIS</b> | %            | %            | %            | %            | %            | %            | %            | %            | %            |
| NO  | 72,2         | 66,9         | 69,0         | 78,9         | 68,1         | 74,5         | 60,3         | 45,5         | 71,7         |
| SI  | 27,8         | 33,1         | 31,0         | 21,1         | 31,9         | 25,5         | 39,7         | 54,5         | 28,3         |
| <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        |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>TIPO DE TRANSPORTE DE BANDERA CHILENA UTILIZADO PARA LLEGAR</b> | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Avión  | 68,6         | 81,2         | 81,7         | 53,9         | 72,1         | 57,7         | 84,9         | 86,3         | 61,0         |
| Bus  | 30,9         | 16,0         | 18,3         | 46,1         | 27,9         | 42,3         | 15,1         | 12,9         | 36,0         |
| Taxi-colectivo   | 0,6          | 2,8          | 0,0          | 0,0          | 0,0          | 0,0          | 0,0          | 0,8          | 3,0          |
| <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> |
| <b>TIPO DE TRANSPORTE DE BANDERA CHILENA UTILIZADO PARA SALIR</b>  | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Avión  | 57,1         | 70,4         | 71,3         | 42,0         | 58,1         | 46,5         | 82,8         | 74,9         | 56,0         |
| Bus  | 41,8         | 26,6         | 28,6         | 55,0         | 41,9         | 53,4         | 17,2         | 24,9         | 39,7         |
| Taxi-colectivo   | 1,0          | 3,0          | 0,1          | 3,0          | 0,0          | 0,1          | 0,0          | 0,2          | 4,3          |
| <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> |
| <b>USO VEHÍCULO PROPIO PARA VENIR A CHILE</b>                      | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| NO   | 99,5         | 98,7         | 100,0        | 99,2         | 100,0        | 99,5         | 100,0        | 100,0        | 78,4         |
| SI   | 0,5          | 1,3          | 0,0          | 0,8          | 0,0          | 0,5          | 0,0          | 0,0          | 21,6         |
| <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> |
| <b>USO DE PAQUETE TURÍSTICO Y COMPONENTES</b>                      | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| NO   | 89,0         | 88,1         | 92,3         | 92,7         | 84,9         | 87,5         | 92,0         | 90,3         | 89,1         |
| SI   | 11,0         | 11,9         | 7,7          | 7,3          | 15,1         | 12,5         | 8,0          | 9,7          | 10,9         |
| <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> |
| <b>COMPOSICIÓN PAQUETE TURÍSTICO</b>                               | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Pasajes internacionales  | 87,1         | 93,4         | 90,1         | 90,9         | 89,7         | 81,3         | 84,9         | 85,3         | 79,4         |
| Alojamiento  | 89,2         | 96,7         | 88,3         | 98,9         | 90,1         | 83,0         | 81,6         | 96,5         | 95,2         |
| Alimentación   | 50,5         | 52,2         | 41,3         | 73,8         | 53,8         | 44,4         | 66,5         | 59,9         | 66,8         |
| Transporte local/Traslados   | 73,9         | 64,0         | 89,1         | 87,5         | 71,3         | 71,2         | 88,6         | 80,9         | 75,6         |
| City tour  | 76,0         | 69,3         | 81,0         | 74,4         | 80,9         | 75,8         | 62,1         | 84,8         | 76,8         |
| Otros  | 19,4         | 12,6         | 19,9         | 26,3         | 17,3         | 21,2         | 36,8         | 21,2         | 25,7         |
| <b>ACTIVIDADES REALIZADAS</b>                                      | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     | <b>%</b>     |
| Bañarse en la playa  | 13,9         | 10,8         | 8,8          | 17,5         | 12,9         | 16,3         | 8,4          | 13,0         | 20,5         |
| Otras actividades de playa   | 15,6         | 14,9         | 12,0         | 18,6         | 13,6         | 17,1         | 9,1          | 12,1         | 15,1         |
| Deportes de aventura   | 4,7          | 4,0          | 3,7          | 5,0          | 6,0          | 4,9          | 1,1          | 3,7          | 1,7          |
| Ascensiones/trekking en montaña                                    | 23,1         | 25,9         | 13,7         | 23,2         | 24,2         | 25,8         | 7,7          | 18,1         | 7,2          |
| Ski-snowboard  | 2,0          | 1,7          | 2,2          | 3,8          | 1,6          | 1,2          | 0,5          | 3,5          | 1,9          |
| Otros deportes de montaña  | 8,8          | 9,5          | 6,8          | 6,9          | 13,2         | 8,8          | 1,7          | 7,7          | 3,1          |
| Visita a parques, reservas nacionales                              | 46,1         | 54,2         | 40,0         | 46,5         | 47,8         | 44,5         | 19,9         | 34,2         | 21,2         |
| Observación de flora y fauna                                       | 36,4         | 38,6         | 31,3         | 39,6         | 40,5         | 34,8         | 22,0         | 30,5         | 19,0         |
| Participación en eventos-festivales                                | 2,2          | 1,3          | 3,4          | 2,8          | 2,2          | 1,7          | 2,3          | 2,0          | 3,1          |
| Participación en eventos deportivos                                | 0,5          | 0,9          | 0,3          | 0,1          | 0,3          | 0,6          | 0,0          | 0,1          | 1,0          |
| Visita a museos, centros históricos y de artes                     | 47,5         | 52,3         | 41,1         | 49,2         | 53,2         | 45,4         | 29,8         | 45,2         | 33,8         |
| Actividades religiosas y de congregación                           | 1,3          | 1,2          | 4,8          | 0,3          | 0,1          | 0,6          | 0,3          | 1,0          | 1,5          |
| City tour  | 16,7         | 15,9         | 13,4         | 17,5         | 20,7         | 16,8         | 16,3         | 17,2         | 14,4         |
| Cruceros   | 2,2          | 2,2          | 1,9          | 1,8          | 3,5          | 2,2          | 0,9          | 1,7          | 0,6          |
| Baños termales   | 8,3          | 10,6         | 6,3          | 9,4          | 7,9          | 7,8          | 2,2          | 3,6          | 4,0          |
| Excursiones náuticas   | 12,9         | 14,5         | 12,4         | 9,4          | 19,0         | 12,0         | 4,1          | 10,1         | 9,1          |
| Rutas de interés temáticos   | 5,3          | 4,9          | 5,7          | 3,6          | 5,2          | 6,1          | 8,0          | 5,6          | 4,4          |
| Otras actividades  | 27,6         | 26,4         | 26,9         | 31,7         | 25,5         | 27,2         | 24,5         | 25,4         | 24,3         |
| No realiza actividades   | 20,7         | 17,7         | 30,2         | 17,0         | 18,4         | 20,3         | 40,3         | 22,4         | 31,3         |

| CARACTERÍSTICAS   | EUROPA   | ALEMANIA | ESPAÑA   | FRANCIA  | INGLATERRA | O.EUROPA | ASIA     | O.MUNDO  | TOTAL    |
|---|----------|----------|----------|----------|------------|----------|----------|----------|----------|
| <b>ACTIVIDADES REALIZADAS (AGRUPADAS)</b>                             | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b>   | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> |
| Urbanas   | 53,9     | 59,0     | 46,2     | 55,7     | 62,2       | 51,3     | 37,1     | 54,3     | 39,4     |
| Naturaleza  | 54,0     | 61,4     | 46,4     | 54,9     | 56,3       | 52,9     | 30,8     | 43,3     | 28,1     |
| Playa   | 21,5     | 20,7     | 14,2     | 25,1     | 18,7       | 24,6     | 12,0     | 19,1     | 27,1     |
| Montaña y Deporte Aventura  | 27,3     | 29,7     | 16,4     | 27,8     | 30,8       | 29,8     | 9,1      | 22,0     | 10,2     |
| Marítimas   | 13,7     | 15,6     | 13,2     | 10,3     | 20,4       | 12,4     | 4,1      | 10,8     | 9,4      |
| Termales / Rutas de Interés Temático                                  | 12,9     | 14,7     | 11,8     | 12,6     | 12,5       | 12,9     | 9,7      | 8,3      | 8,1      |
| Eventos Masivos   | 3,8      | 3,2      | 8,0      | 3,3      | 2,6        | 2,8      | 2,7      | 2,1      | 5,2      |
| Otras   | 27,6     | 26,4     | 26,9     | 31,7     | 25,5       | 27,2     | 24,5     | 25,4     | 24,3     |
| No Realiza  | 20,7     | 17,7     | 30,2     | 17,0     | 18,4       | 20,3     | 40,3     | 22,4     | 31,3     |
| <b>RAZONES PARA VISITAR CHILE (Base: Motivo del Viaje=VACACIONES)</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b>   | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> |
| Atractivos naturales-paisajes   | 70,7     | 74,7     | 69,6     | 74,0     | 68,1       | 68,5     | 50,0     | 60,2     | 69,3     |
| Atractivos culturales   | 30,0     | 31,8     | 27,4     | 36,3     | 30,2       | 26,7     | 22,6     | 25,5     | 22,9     |
| Precios   | 1,7      | 1,6      | 0,6      | 1,8      | 2,9        | 1,4      | 0,0      | 0,3      | 5,1      |
| Distancia   | 2,5      | 1,7      | 0,9      | 4,8      | 3,0        | 1,9      | 0,9      | 6,0      | 18,2     |
| Sensación seguridad de país   | 3,1      | 2,8      | 1,3      | 3,7      | 1,1        | 4,3      | 0,0      | 0,7      | 5,8      |
| Clima   | 3,0      | 2,0      | 1,9      | 3,5      | 1,9        | 3,9      | 0,0      | 1,0      | 7,2      |
| Conocer por primera vez   | 47,1     | 40,3     | 40,2     | 50,4     | 53,3       | 48,0     | 50,7     | 47,5     | 33,1     |
| Conocer lugares pendientes  | 8,0      | 8,7      | 12,1     | 3,7      | 10,4       | 7,8      | 2,5      | 4,0      | 9,4      |
| Otros   | 14,0     | 12,6     | 12,8     | 15,1     | 16,4       | 13,5     | 32,0     | 20,7     | 13,2     |
| <b>PROPORCIÓN SEGUN LUGAR VISITADO</b>                                | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b>   | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> | <b>%</b> |
| Árica   | 6,4      | 7,9      | 1,9      | 8,5      | 3,3        | 8,0      | 2,9      | 6,5      | 19,4     |
| Putre - Lago Chungará   | 2,0      | 2,5      | 0,9      | 2,2      | 1,1        | 2,4      | 0,0      | 0,9      | 0,5      |
| Iquique - Salitreras - Pica - Mantilla                                | 5,2      | 5,4      | 2,6      | 8,1      | 3,0        | 5,8      | 3,3      | 6,3      | 4,1      |
| Antofagasta - Calama  | 6,7      | 7,8      | 5,1      | 11,2     | 3,1        | 6,1      | 3,5      | 3,1      | 2,4      |
| Valle de la Luna-San P. de Atacama-Geyser del Tatio                   | 18,2     | 20,6     | 13,1     | 27,2     | 15,1       | 16,2     | 10,5     | 9,4      | 4,4      |
| La Serena - Coquimbo - Valle del Elqui - Vicuña                       | 12,2     | 12,8     | 10,4     | 15,2     | 10,0       | 12,1     | 2,8      | 10,3     | 4,7      |
| Isla de Pascua  | 4,8      | 2,8      | 6,1      | 6,4      | 3,1        | 5,1      | 9,5      | 1,1      | 1,0      |
| Valparaíso - Viña del Mar   | 30,2     | 30,3     | 28,1     | 39,3     | 27,3       | 27,8     | 20,5     | 26,9     | 21,4     |
| Otros sectores costeros   | 3,7      | 3,0      | 4,6      | 3,2      | 4,8        | 3,5      | 1,3      | 4,0      | 3,4      |
| Centros Invernales  | 1,1      | 1,4      | 1,5      | 1,0      | 1,4        | 0,9      | 0,6      | 3,2      | 0,9      |
| Santiago y alrededores  | 72,5     | 67,5     | 73,7     | 74,5     | 83,7       | 69,3     | 84,2     | 79,1     | 44,9     |
| Rutas del vino  | 0,6      | 0,7      | 0,7      | 0,5      | 0,8        | 0,5      | 1,5      | 1,0      | 0,4      |
| Pichilemu - Constitución  | 1,9      | 2,0      | 1,3      | 3,1      | 1,2        | 1,9      | 0,0      | 2,7      | 0,7      |
| Concepción - costa del Bio-Bio  | 6,8      | 6,2      | 7,4      | 6,9      | 4,7        | 7,4      | 4,3      | 3,6      | 3,5      |
| Pucón - Villarrica - Lican Ray - Caburga                              | 18,6     | 21,2     | 11,0     | 16,5     | 21,2       | 21,0     | 7,7      | 11,7     | 7,3      |
| Valdivia - sector costero   | 12,5     | 18,6     | 11,1     | 11,3     | 12,6       | 10,9     | 4,2      | 8,6      | 8,6      |
| Osorno y alrededores  | 9,9      | 14,5     | 7,9      | 7,7      | 12,2       | 8,8      | 0,6      | 5,1      | 9,2      |
| Pto. Montt - Pto. Varas   | 25,3     | 32,5     | 22,2     | 26,9     | 27,0       | 22,0     | 8,1      | 18,1     | 17,0     |
| Isla de Chiloé  | 8,9      | 10,8     | 8,7      | 13,3     | 6,5        | 7,0      | 0,4      | 3,6      | 5,5      |
| Carretera Austral - Futaleufú - Palena                                | 1,7      | 1,4      | 0,9      | 1,5      | 0,6        | 2,7      | 0,2      | 0,3      | 0,4      |
| Torres del Paine  | 10,2     | 12,5     | 7,3      | 10,2     | 11,8       | 9,8      | 3,1      | 5,6      | 2,0      |
| Punta Arenas  | 9,5      | 11,4     | 8,6      | 8,8      | 8,4        | 9,8      | 2,5      | 6,2      | 2,0      |

| <b>CARACTERÍSTICAS</b>      | <b>EUROPA</b> | <b>ALEMANIA</b> | <b>ESPAÑA</b> | <b>FRANCIA</b> | <b>INGLATERRA</b> | <b>O.EUROPA</b> | <b>ASIA</b> | <b>O.MUNDO</b> | <b>TOTAL</b> |
|-----------------------------|---------------|-----------------|---------------|----------------|-------------------|-----------------|-------------|----------------|--------------|
| <b>CIUDAD DE RESIDENCIA</b> | <b>%</b>      | <b>%</b>        | <b>%</b>      | <b>%</b>       | <b>%</b>          | <b>%</b>        | <b>%</b>    | <b>%</b>       | <b>%</b>     |
| Berlin                      | 1,5           | 9,1             | -             | -              | -                 | -               | -           | -              | -            |
| Frankfurt                   | 2,0           | 11,8            | -             | -              | -                 | -               | -           | -              | -            |
| Hamburgo                    | 2,0           | 11,8            | -             | -              | -                 | -               | -           | -              | -            |
| Munich                      | 2,2           | 13,1            | -             | -              | -                 | -               | -           | -              | -            |
| Otra Ciudad de ALEMANIA     | 9,2           | 54,3            | -             | -              | -                 | -               | -           | -              | -            |
| Barcelona                   | 3,1           | -               | 18,0          | -              | -                 | -               | -           | -              | -            |
| Madrid                      | 6,1           | -               | 35,8          | -              | -                 | -               | -           | -              | -            |
| Otra Ciudad de ESPAÑA       | 7,8           | -               | 46,2          | -              | -                 | -               | -           | -              | -            |
| París                       | 6,8           | -               | -             | 39,0           | -                 | -               | -           | -              | -            |
| Otra Ciudad de FRANCIA      | 10,5          | -               | -             | 61,0           | -                 | -               | -           | -              | -            |
| Londres                     | 5,9           | -               | -             | -              | 46,0              | -               | -           | -              | -            |
| Otra Ciudad de INGLATERRA   | 6,9           | -               | -             | -              | 54,0              | -               | -           | -              | -            |
| Otra Ciudad de EUROPA       | 36,0          | -               | -             | -              | -                 | 100,0           | -           | -              | -            |