

Informe Turismo Emisivo Según Género Primer Semestre Año 2013

Noviembre, 2013





Fecha publicación: 26 de Noviembre de 2013

Documento elaborado por:

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO
Subdirección de Estudios
Av. Providencia 1550, Santiago, Chile
T: +56 (2) 27318310
<http://www.sernatur.cl>

Foto Portada:

Nombre: Parque Nacional Torres del Paine
Banco Audiovisual SERNATUR
Región de Magallanes y de la Antártica Chilena
Autor, SERNATUR



Índice de contenido

Introducción.....	6
Resumen ejecutivo	7
1. Características generales	9
1.1 Edad y género	10
1.2 Países de destino	11
1.3 Motivo principal del viaje.....	14
1.4 Estructura del gasto	16
1.5 Distribución del gasto (GPDI).....	17
1.6 Uso de servicios de alojamiento y alimentación	18
Anexos	22
Anexo 1. Cuadros estadísticos	22

Índice de gráficos

Gráfico 1	Llegadas a destino (miles) y el egreso de divisas (\$US millones) de los turistas hombres v/s mujeres.	9
Gráfico 2	Composición según género de los tramos etarios de los turistas nacionales que viajan al extranjero.	10
Gráfico 3	Comparación de la composición etaria de los turistas hombres vs mujeres que viajan al extranjero.	11
Gráfico 4	Composición según género de las llegadas de turistas nacionales a países extranjeros.	11
Gráfico 5	Distribución (%) de las llegadas según país de destino para los turistas hombres v/s mujeres.	12
Gráfico 6	Permanencia promedio (noches) según país de destino de los turistas nacionales hombres v/s mujeres.	13
Gráfico 7	Gasto promedio diario individual (US\$) según país de destino de los turistas nacionales hombres v/s mujeres.	13
Gráfico 8	Composición según género del principal motivo del viaje de los turistas nacionales que viajan al extranjero.	14
Gráfico 9	Distribución (%) de las llegadas a destino según principal motivo del viaje de los turistas hombres (anillo interior) v/s mujeres (anillo exterior).	15
Gráfico 10	Permanencia promedio (noches) según principal motivo del viaje de los turistas nacionales hombres v/s mujeres.	15
Gráfico 11	Gasto promedio diario individual (US\$) según principal motivo del viaje de los turistas nacionales hombres v/s mujeres.	16
Gráfico 12	Composición según género del egreso de divisas por ítem de gasto.	16
Gráfico 13	Estructura (%) de gasto de los turistas hombres vs mujeres.	17
Gráfico 14	Comparación de las llegadas a destino (miles) y el egreso de divisas (\$US millones) según género.	18
Gráfico 15	Composición según género del tipo de alojamiento utilizado por los turistas nacionales que viajan al extranjero.	18
Gráfico 16	Tipo de alojamiento utilizado por los turistas residentes en Chile que viajan al extranjero hombres v/s mujeres y comparación según género.	19
Gráfico 17	Composición según género del uso de servicios de alimentación de los turistas nacionales que viajan al extranjero.	19
Gráfico 18	Uso de servicios de alimentación de los turistas residentes en Chile que viajan al extranjero hombres v/s mujeres y comparación según género.	20



Introducción

El Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) realiza anualmente levantamientos de encuestas para tener un conocimiento cuantitativo del comportamiento turístico, tanto de las personas que visitan Chile como de los residentes en Chile que viajan al extranjero.

En este contexto, las encuestas se aplican mensualmente en el Aeropuerto Internacional Comodoro Arturo Merino Benítez (CAMB), y se estiman los pasos fronterizos de acuerdo a levantamientos de información histórica recolectada en éstos.

Estas investigaciones permiten identificar la información respecto del tiempo que permanecen los turistas residentes en Chile que viajan al exterior y del gasto que realizan en promedio diariamente, considerando características geográficas, temporales y motivacionales, entre otras.

A partir del año 2010, se incorpora a este estudio el perfil del turista según país de destino, tramo de gasto promedio diario individual, motivo del viaje y conglomerado de pasos, y en forma transversal, en cada una de estas mediciones se incorpora la variable género.

La metodología utilizada por SERNATUR se desarrolla a partir de dos lineamientos: lo establecido por la *Organización Mundial de Turismo* (OMT), para posibilitar la obtención de resultados que permitan confrontarlos con las mediciones de otros países, y lo determinado en la "*Nueva Medición del Turismo Emisivo año 2000-2008*" formulada por SERNATUR.

Cabe destacar que como Anexo (en formato Excel) se presentan los principales cuadros estadísticos, los que contienen el comportamiento del turismo emisivo registrado durante el primer semestre del año 2012 según género.

Resumen ejecutivo

Se estima que durante el primer semestre del año 2013, 1.536.953 turistas nacionales llegaron a los diferentes destinos en el extranjero, de estos un 51,1% fueron mujeres y el 48,9% restante a hombres. Los turistas nacionales que viajaron al extranjero generaron un egreso de divisas de 929.236.738 dólares, siendo un 51,2% generado por los hombres y un 48,8% por las mujeres.

El destino más visitado fue Argentina, con 625.065 turistas nacionales (40,7%), siendo un 50,3% hombres y un 49,7% mujeres. El segundo destino más visitado en este período es Perú, recibiendo a 428.781 turistas nacionales (27,9%), siendo un 52,9% mujeres y un 47,1% hombres. En ambos casos se detectan diferencias en las preferencias de hombres y mujeres por visitar estos destinos. Adicionalmente, las permanencias de las mujeres en los principales destinos son mayores a la de los hombres, en promedio alrededor de una noche más. Mientras que, el gasto promedio diario individual de los hombres en los destinos es mayor al de las mujeres, en promedio US\$ 18,5.

Dentro de los principales motivos de viajes, se destaca el motivo de *Vacaciones con* 967.941 turistas, los que representaron al 63,0%, siendo un 54,9% son mujeres y un 45,1% hombres. Además, viajaron al extranjero por *Negocios* 174.709 personas, siendo un 74,8% hombres y sólo un 25,2% mujeres, es quizá esta una de las mayores brechas de género en términos de inclusión de las mujeres.

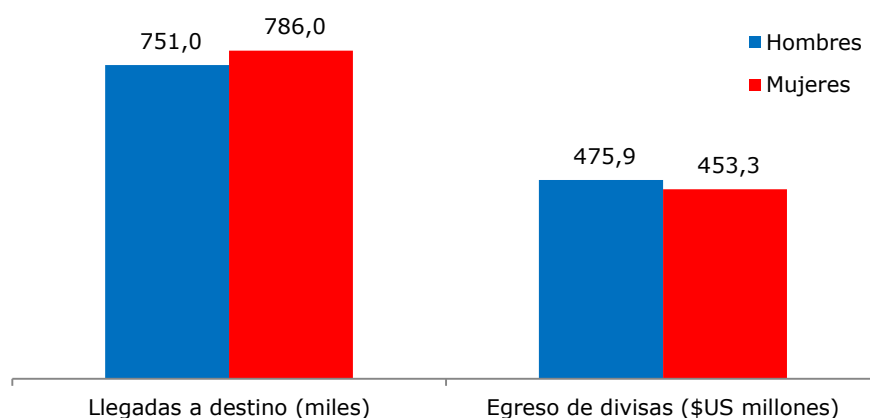
Del egreso de divisas, estimado en US\$ 929.236.738, los turistas nacionales gastaron US\$ 257.603.044 en *Compras* (27,7% del total), siendo un 54,1% de este gasto realizado por las mujeres y un 45,9% por los hombres.



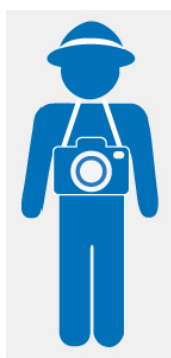
1. Características generales

Se estima que durante el primer semestre del año 2013, 1.536.953 turistas nacionales llegaron a los diferentes destinos en el extranjero, de estos un 51,1% fueron mujeres y el 48,9% restante a hombres. Los turistas nacionales que viajaron al extranjero generaron un egreso de divisas de 929.236.738 dólares, siendo un 51,2% generado por los hombres y un 48,8% por las mujeres, situación contrapuesta a lo observado en el caso de las llegadas, es decir, los hombres gastan más que las mujeres en sus viajes al extranjero (ver Gráfico 1).

Gráfico 1 Llegadas a destino (miles) y el egreso de divisas (\$US millones) de los turistas hombres v/s mujeres.



La permanencia promedio difiere de manera importante, en el caso de las mujeres esta alcanza las 8,9 noches mientras que en el caso de los hombres las 7,6 noches, es decir las mujeres pernoctan en promedio 1,3 noches más que los hombres en sus viajes al extranjero. En el caso del gasto promedio diario individual (GPDI) la situación se invierte, los hombres alcanzan un GPDI de US\$ 83,6 mientras que las mujeres US\$ 65,1, es decir una diferencia de US\$ 18,5 (ver Cuadro 1).



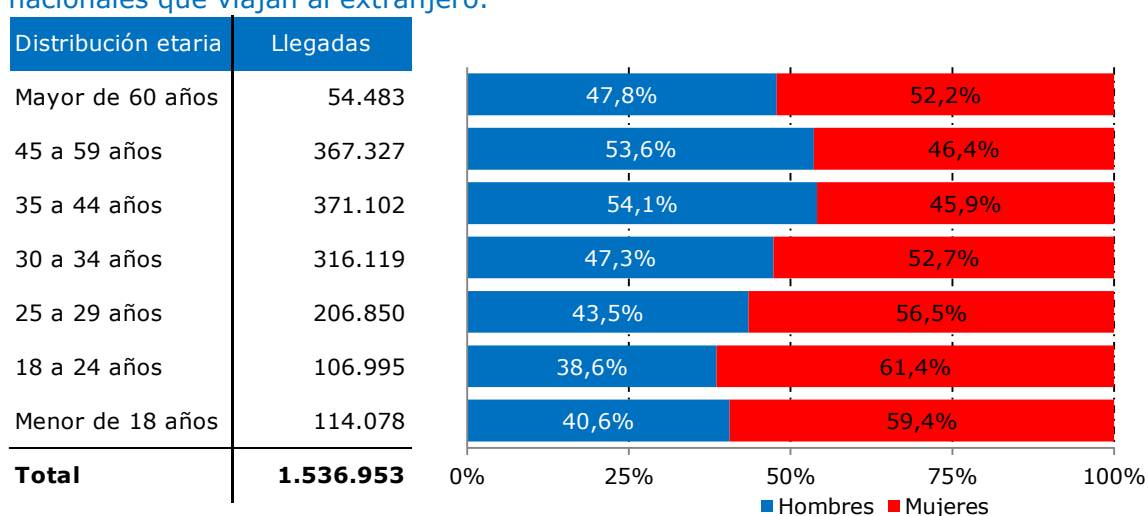
Cuadro 1 Principales cifras de los turistas residentes en Chile que viajan al extranjero según género.

CARACTERÍSTICAS	Hombres	Mujeres	Total
Llegadas a destino	750.982	785.971	1.536.953
Egreso de divisas (US\$)	475.896.424	453.340.314	929.236.738
GPDI (US\$)	83,6	65,1	73,4
GPTI (US\$)	633,7	576,8	604,6
Pernoctación (noches)	7,6	8,9	8,2

1.1 Edad y género

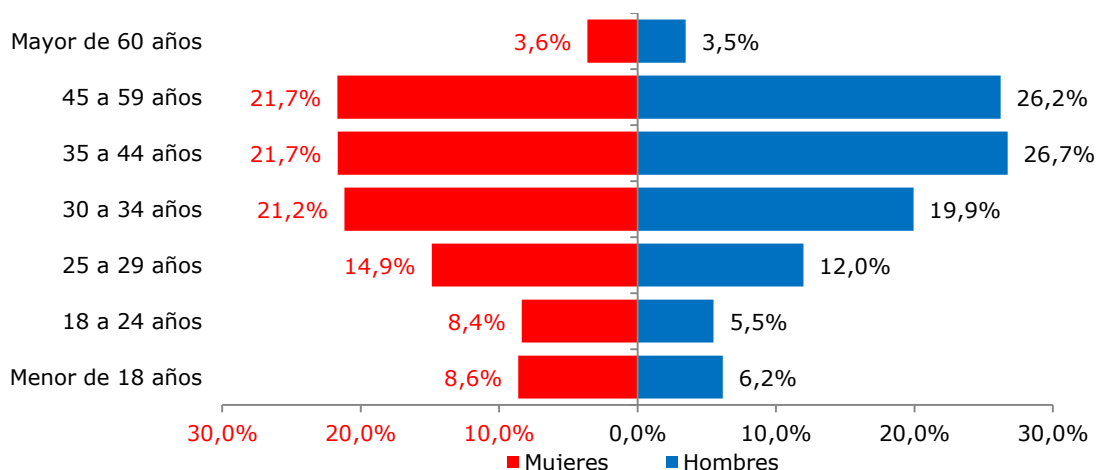
A continuación, en el Gráfico 2 se presenta la composición según género de los tramos etarios de los turistas residentes en Chile. Se observa, por ejemplo, que de los 1.536.953 turistas nacionales que viajaron al extranjero durante el primer semestre del 2013, 371.102 tienen entre 35 y 44 años de edad (24,1%), de éstos un 54,1% son hombres y el 45,9% mujeres.

Gráfico 2 Composición según género de los tramos etarios de los turistas nacionales que viajan al extranjero.



Las composiciones etarias de hombres y mujeres presentan importantes diferencias, mientras que las edades de los hombres se concentran en un 26,7% entre los 35 y 44 años, en las mujeres sólo alcanza el 21,7%. Similar situación se observa en el tramo etario de 45 a 59 años, en donde un 26,2% de los hombres, mayor al 21,7% de las mujeres en el mismo tramo etario. Es importante señalar además que, las mujeres tienden a concentrarse más que los hombres en los tramos de menor edad, un 14,9% de las mujeres tiene entre 25 y 29 años de edad, mientras que en el caso de los hombres un 12,0% se encuentra en este tramo. Un 8,4% de las mujeres tiene entre 18 y 24 años de edad, mayor a lo observado en el caso de los hombres, con un 5,5% (ver Gráfico 3).

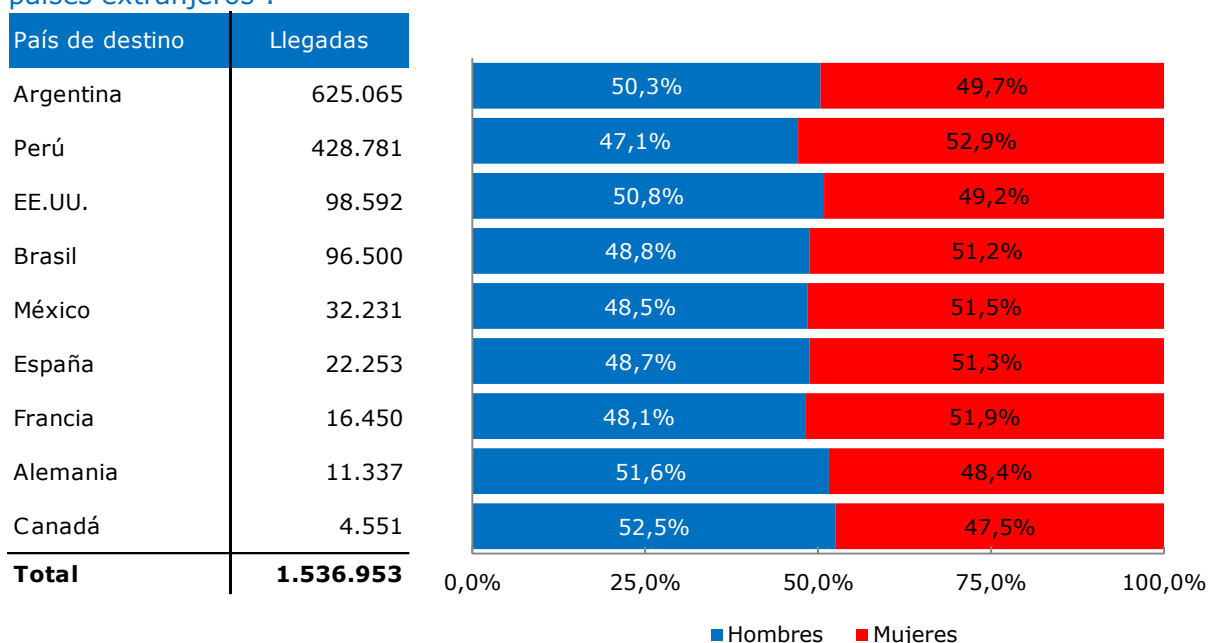
Gráfico 3 Comparación de la composición etaria de los turistas hombres vs mujeres que viajan al extranjero.



1.2 Países de destino

En el Gráfico 4 se presenta la composición según género de los turistas nacionales que viajan al extranjero por los principales países de destino. Aquí se puede ver que, por ejemplo, de los 1.536.953 turistas nacionales que viajaron al extranjero, 625.065 turistas visitaron Argentina, siendo un 50,3% hombres y un 49,7% mujeres.

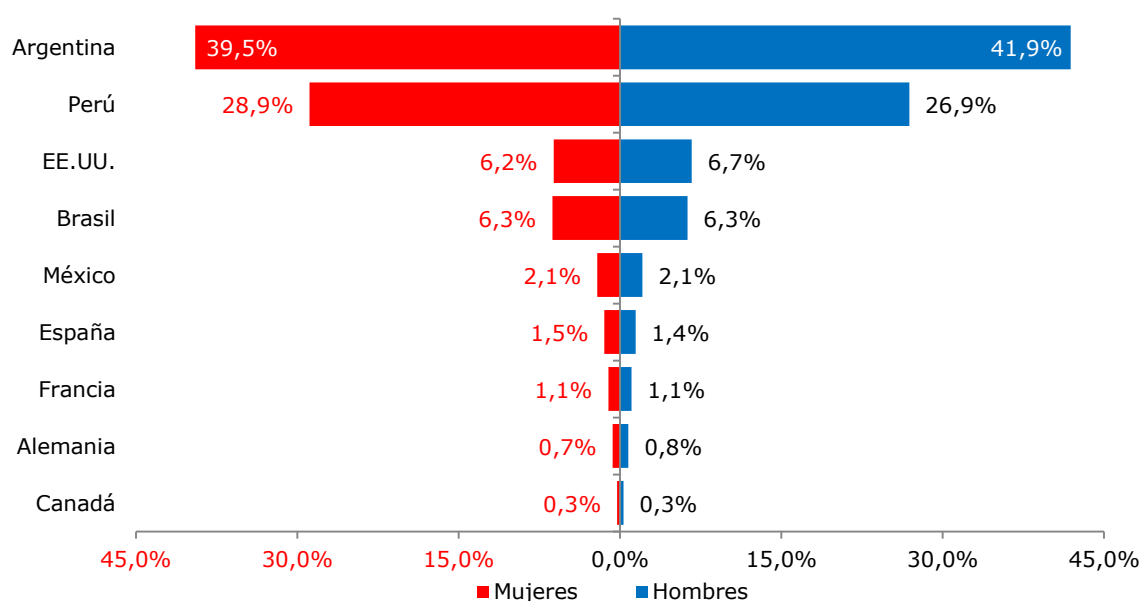
Gráfico 4 Composición según género de las llegadas de turistas nacionales a países extranjeros¹.



¹ Se omiten de la tabla y el gráfico las agrupaciones de O. América, O. Europa y O. Mundo.

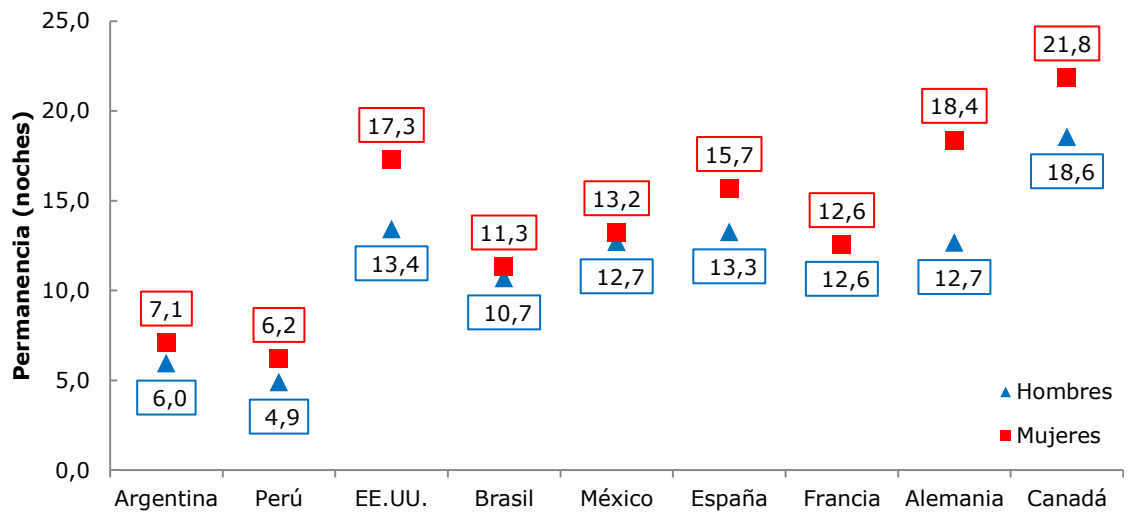
En el Gráfico 5 se puede observar que las preferencias de destinos de hombres y mujeres difieren principalmente en la propensión de preferir viajar a Argentina y Perú. En el caso de los turistas hombres, un 41,9% viaja a Argentina, mientras que en el caso de las mujeres un 39,5%, 1,4 puntos porcentuales de diferencia en la preferencia del destino. En el caso de Perú, un 28,9% de las mujeres lo visita, 2,0 puntos porcentuales más que los hombres en la preferencia del destino. Se recalca que en el resto de los destinos no hay diferencias importantes en este sentido.

Gráfico 5 Distribución (%) de las llegadas según país de destino para los turistas hombres v/s mujeres.



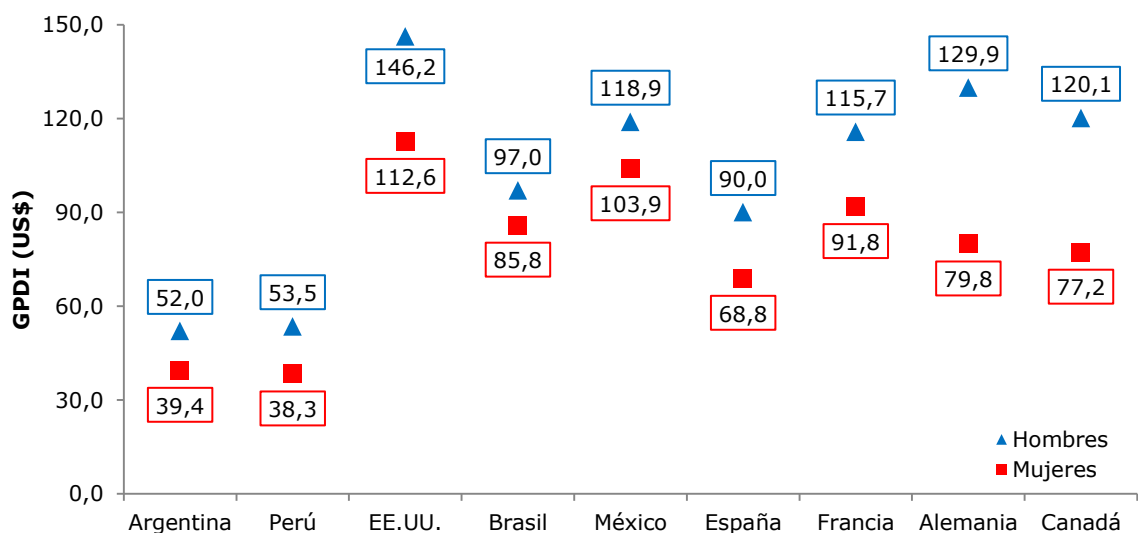
En el Gráfico 6 se detecta que la permanencia promedio de las mujeres es mayor a la de los hombres en prácticamente todos los destinos analizados (excepto Francia en que es igual), alcanzando en promedio 1,3 noches más de estadía. Se destacan las diferencias de permanencia en Alemania, en donde esta alcanza las 5,7 noches, Estados Unidos, con 3,7 noches más de permanencia por parte de las mujeres y Canadá, con 3,3 noches.

Gráfico 6 Permanencia promedio (noches) según país de destino de los turistas nacionales hombres v/s mujeres.



Un comportamiento diferente se observa en el caso del gasto promedio diario individual (GPDI), en donde los hombres gastan en promedio 18,6 dólares más que las mujeres y tal como se puede observar en el Gráfico 7, este comportamiento se observa en todos los países visitados por los turistas nacionales. Se destaca la diferencia del *GPDI* en Alemania, con 50,1 dólares más de gasto promedio diario por parte de los hombres. También se destaca que los turistas hombres gastan diariamente en promedio 42,9 dólares más que las mujeres en Canadá. En el caso de los turistas que viajan a Estados Unidos, esta diferencia alcanza los 33,6 dólares en el *GPDI*.

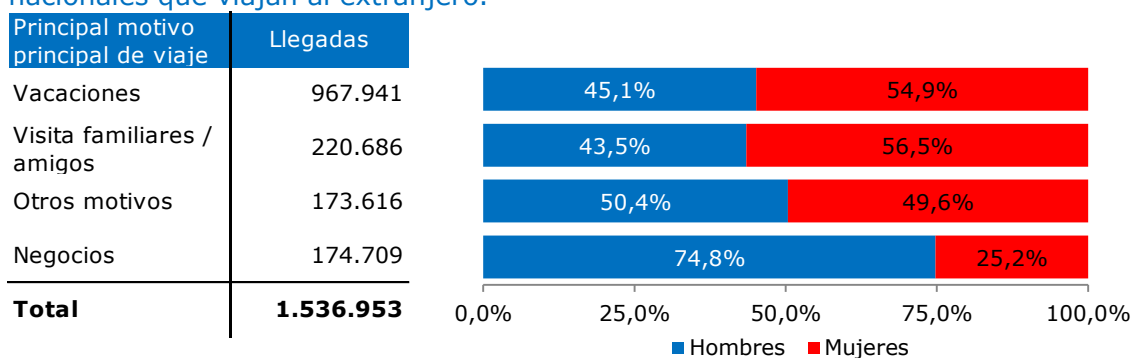
Gráfico 7 Gasto promedio diario individual (US\$) según país de destino de los turistas nacionales hombres v/s mujeres.



1.3 Motivo principal del viaje

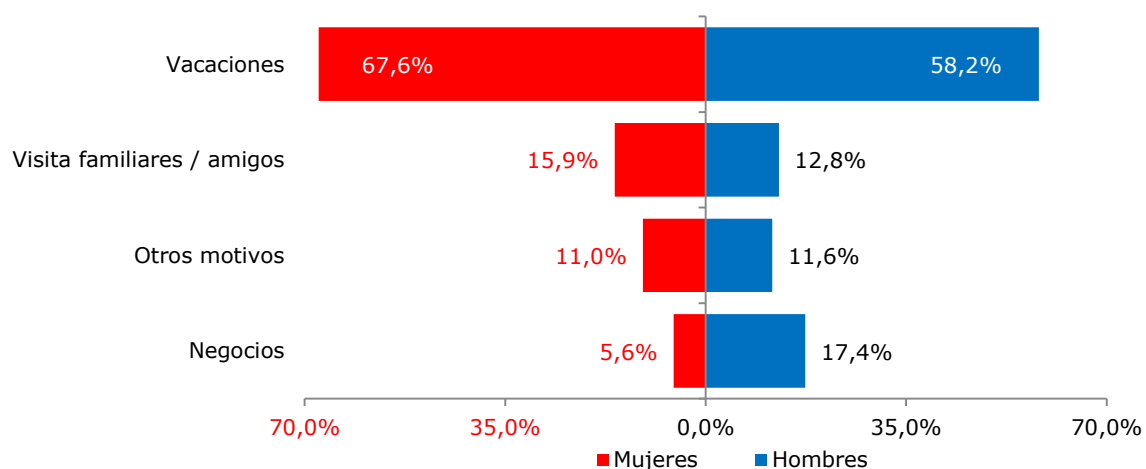
En el Gráfico 8 se presenta la composición según género de los turistas nacionales que viajan al extranjero de acuerdo al principal motivo del viaje. Se destaca, por ejemplo, que de los 1.536.953 turistas nacionales que viajaron al extranjero, 967.941 turistas lo hicieron por *Vacaciones*, los que representaron al 63,0%, siendo un 54,9% son mujeres y un 45,1% hombres.

Gráfico 8 Composición según género del principal motivo del viaje de los turistas nacionales que viajan al extranjero.



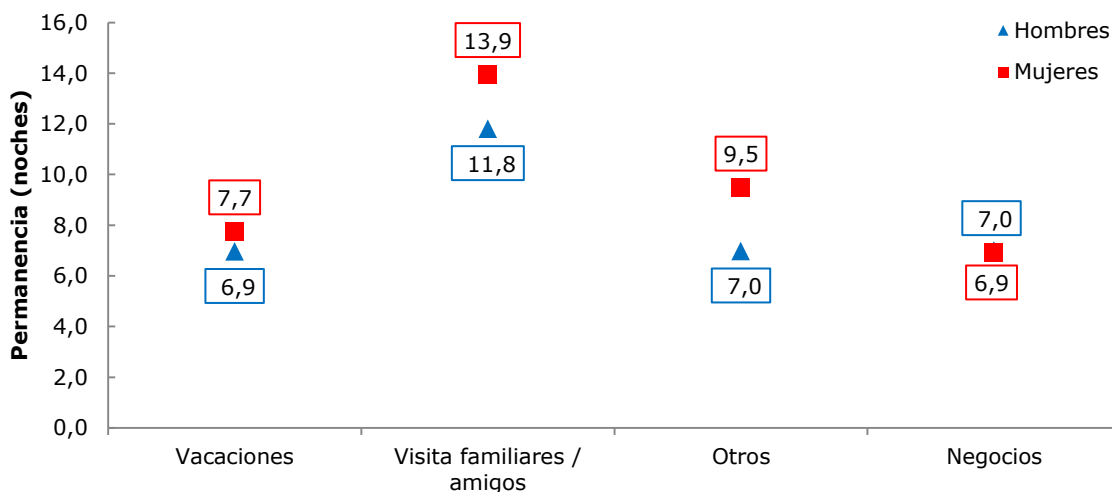
En el Gráfico 9 se presenta una comparación de la distribución de las llegadas según el principal motivo del viaje de los turistas hombres y mujeres. De este podemos destacar que un 67,6% de las mujeres viaja al extranjero por *Vacaciones*, mientras que en el caso de los hombres esto ocurre en un 58,2%, es decir, las mujeres poseen una propensión para viajar por este motivo 1,5 veces mayor que la propensión de los hombres. Un 15,9% de las mujeres viaja al extranjero por *Visita a familiares/amigos* mayor en comparación al 12,8% de los hombres viajan por este motivo, en este caso, las mujeres poseen una propensión de viajar por este motivo 1,3 veces mayor que la propensión de los hombres. Finalmente, un 17,4% de los turistas nacionales hombres viajan al extranjero por *Negocios* mientras que sólo el 5,6% de las mujeres viaja por este motivo, lo que indicaría que los hombres poseen una propensión de viajar por *Negocios* 3,5 veces mayor a las mujeres, detectándose de esta manera una de las brechas más profundas en el comportamiento de los viajes al extranjero de los turistas nacionales según género (ver Gráfico 9).

Gráfico 9 Distribución (%) de las llegadas a destino según principal motivo del viaje de los turistas hombres (anillo interior) v/s mujeres (anillo exterior).



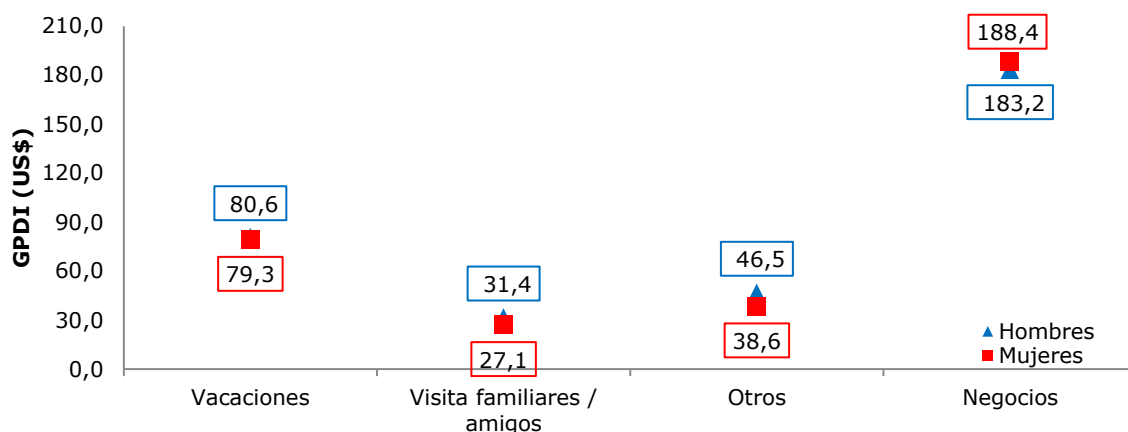
En el Gráfico 10, se observa que las permanencias promedio de las mujeres son transversalmente mayores a las de los hombres, superando la permanencia de estos en dos noches en el caso de las *Visitas a familiares/amigos* y *Otros*. En lo que respecta a los motivos de *Vacaciones* y *Negocios* las permanencias de hombres y mujeres no difieren de manera importante.

Gráfico 10 Permanencia promedio (noches) según principal motivo del viaje de los turistas nacionales hombres v/s mujeres.



En el caso del gasto promedio diario individual (GPDI) de hombres y mujeres según el principal motivo de viaje (ver Gráfico 11), se detecta un comportamiento similar a lo analizado por país de destino, las mujeres tienden a presentar un GPDI menor a los hombres, excepto en el motivo de *Negocios*, en el que los hombres gastan 5,2 dólares menos que las mujeres.

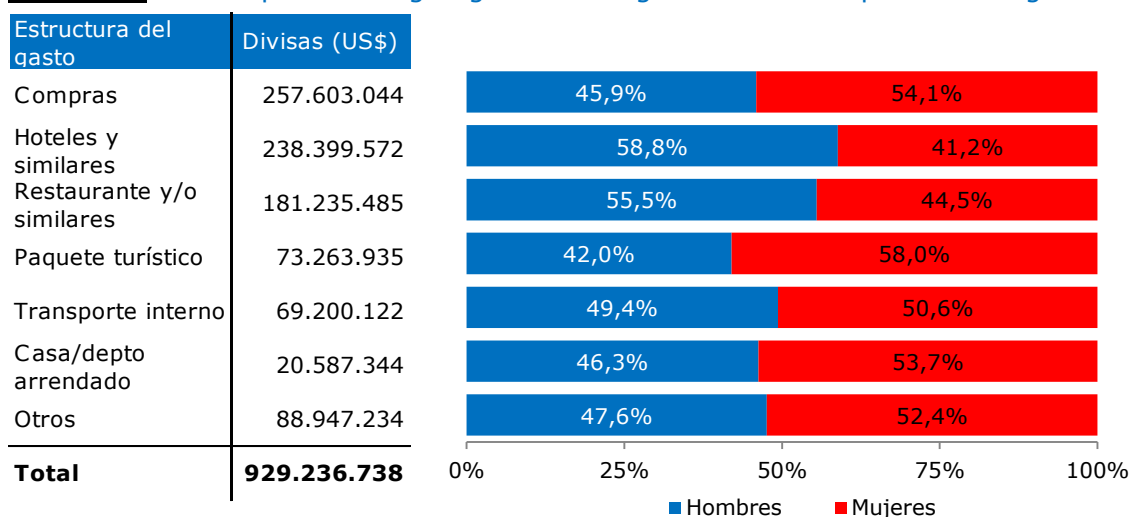
Gráfico 11 Gasto promedio diario individual (US\$) según principal motivo del viaje de los turistas nacionales hombres v/s mujeres.



1.4 Estructura del gasto

A continuación, se presenta en el Gráfico 12 la composición según género de la estructura de gasto de los turistas nacionales en sus viajes al extranjero. Se puede observar, por ejemplo, que del egreso de divisas, estimado en US\$ 929.236.738, los turistas nacionales gastaron US\$ 257.603.044 en *Compras* (27,7% del total), siendo un 54,1% de este gasto realizado por las mujeres y un 45,9% por los hombres.

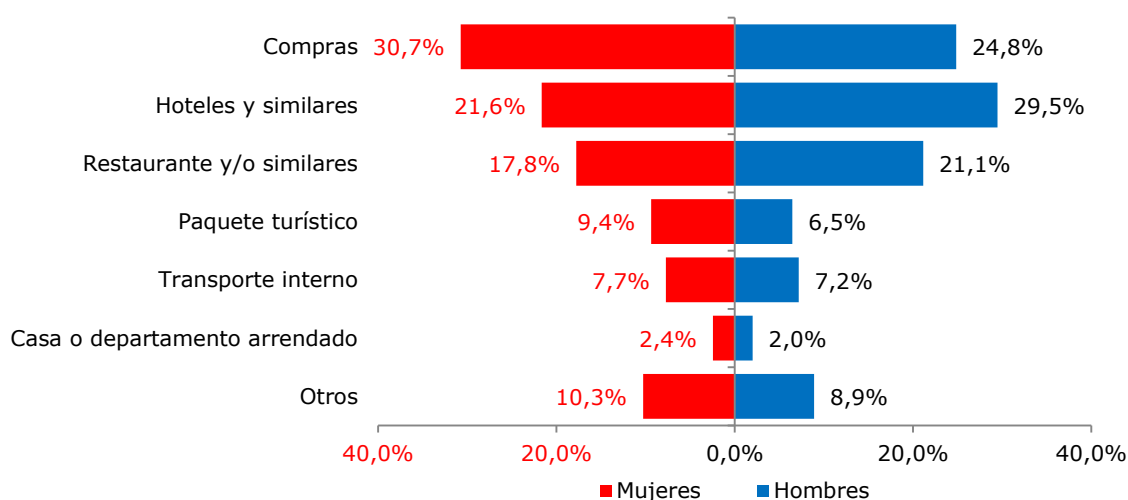
Gráfico 12 Composición según género del egreso de divisas por ítem de gasto.



En el Gráfico 13 se detectan importantes diferencias en la composición del gasto que realizan hombres y mujeres. Mientras que, en el caso de las mujeres un 30,7% de su gasto es en *Compras*, en el caso de los hombres es de un 24,8%, detectándose de esta manera que la propensión de las mujeres de gastar en compras es 1,3 veces mayor a la de los hombres. El gasto en *Hoteles y similares* representa el 29,5% en el caso de los hombres y en las mujeres el 21,6% del gasto, es decir, los hombres

tienen una propensión a gastar en *Hoteles y similares* 1,5 veces mayor a la de las mujeres. En sus viajes al extranjero, los hombres realizan el 21,1% del gasto en *Restaurante y /o similares*, mientras que las mujeres el 17,8%, esto quiere decir que los hombres poseen una propensión a gastar en *Restaurante y/o similares* 1,3 veces mayor a las mujeres.

Gráfico 13 Estructura (%) de gasto de los turistas hombres vs mujeres.

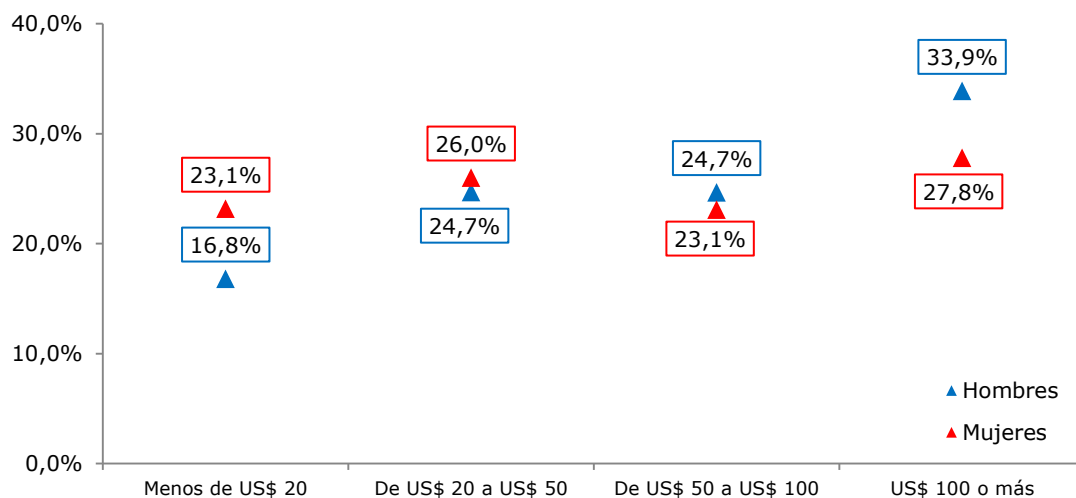


1.5 Distribución del gasto (GPDI)

En el Gráfico 14 se observa que el porcentaje de mujeres que realiza un gasto individual *menor a 20 dólares* es de 23,1%, mientras que de los hombres sólo un 16,8% se encuentra este mismo tramo de gasto, de esta manera, las mujeres son 1,5 veces más propensas a gastar *menos de 20 dólares* que los hombres. Este comportamiento comienza a cambiar en el siguiente tramo de *US\$ 20 a US\$ 50*, en el que si bien las mujeres concentran un 26,0%, la diferencia con los hombres se estrecha, y alcanza el 24,7%. En el tramo de *US\$ 50 a US\$ 100* se concentra un 24,7% de los hombres y las mujeres un 23,1%. El porcentaje de turistas hombres que gastan *más de US\$ 100* alcanza el 33,9% y en el caso de las mujeres sólo un 27,8%, en otras palabras, los hombres poseen una propensión de gastar más de 100 dólares 1,3 veces mayor a las mujeres.

En conclusión, los hombres poseen una propensión de gasto mayor que las mujeres y esta diferencia de propensión se acentúa a medida que se avanza a tramos de gasto mayores.

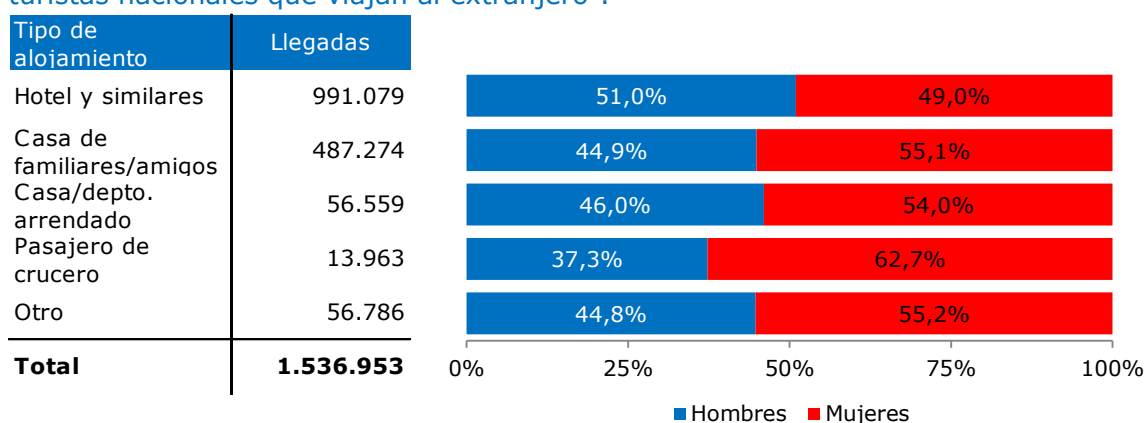
Gráfico 14 Comparación de las llegadas a destino (miles) y el egreso de divisas (\$US millones) según género.



1.6 Uso de servicios de alojamiento y alimentación

En el Gráfico 15 se presenta la composición según género de acuerdo al tipo de alojamiento utilizado por los turistas nacionales en sus viajes al extranjero. Se puede observar que, por ejemplo, que de los 1.536.953 turistas que viajaron al extranjero, un 64,5% utilizó *Hotel y similares* siendo este medio de alojamiento el más usado, de estos turistas un 51,0% son hombres y un 49,0% mujeres.

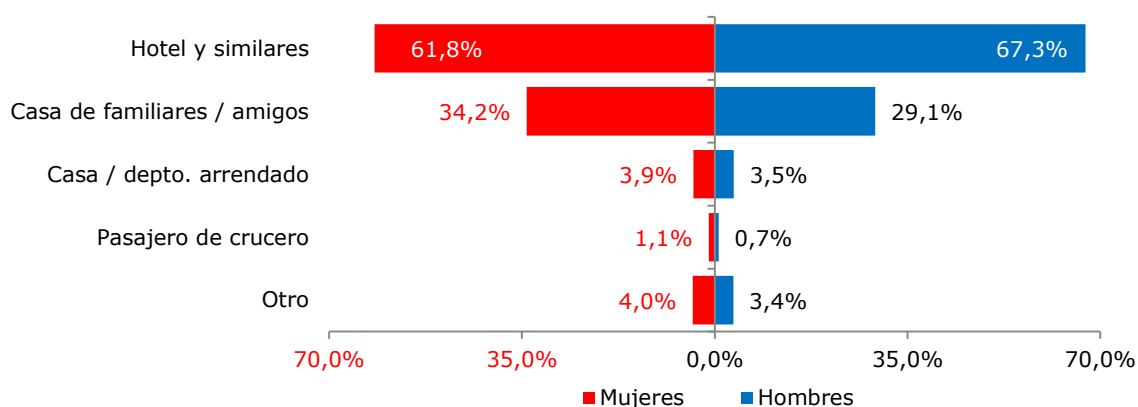
Gráfico 15 Composición según género del tipo de alojamiento utilizado por los turistas nacionales que viajan al extranjero².



² Tipo de alojamiento es una pregunta de respuesta múltiple, por lo que la suma puede exceder el total de turistas del primer semestre.

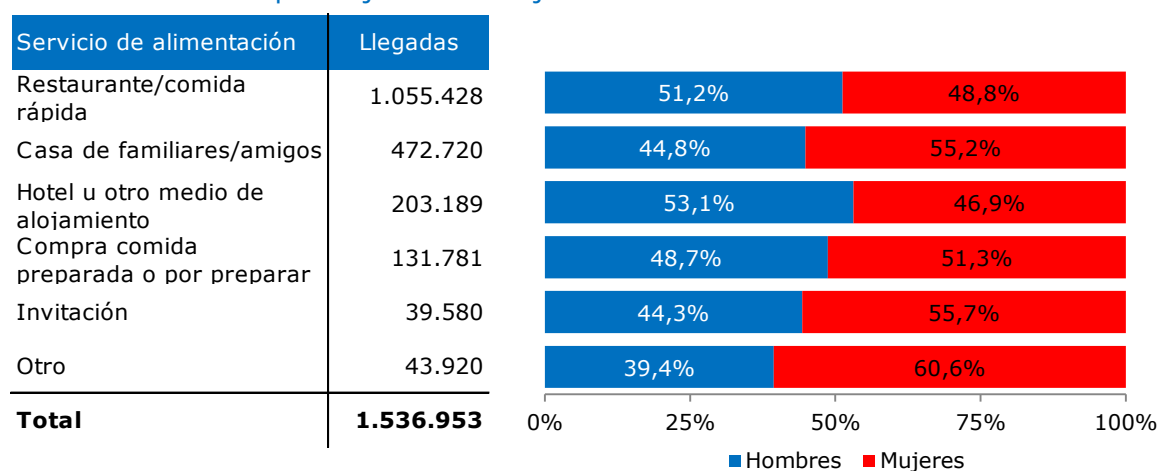
Un 67,1% de los hombres utiliza *Hotel y/o similares* como alojamiento y en el caso un 61,8% de las mujeres, esto significa que los hombres poseen una propensión de usar este tipo de alojamiento 1,3 veces mayor a las mujeres. Un 34,2% de las mujeres aloja en *Casa de familiares/amigos* y un 29,1% de los hombres prefieren este alojamiento, es decir, las mujeres poseen una propensión de usar la *Casa de familiares/amigos* 1,3 veces mayor a los hombres (ver Gráfico 16).

Gráfico 16 Tipo de alojamiento utilizado por los turistas residentes en Chile que viajan al extranjero hombres v/s mujeres y comparación según género.



En el Gráfico 17 se presenta la composición según género de acuerdo al servicio de alimentación utilizado por los turistas nacionales en sus viajes al extranjero. Se destaca que, por ejemplo, de los 1.536.953 turistas nacionales que viajaron al extranjero, un 68,7% (1.055.428 turistas) hizo uso de servicios de *Restaurante / comida rápida*, siendo un 51,2% hombres y un 48,8% mujeres.

Gráfico 17 Composición según género del uso de servicios de alimentación³ de los turistas nacionales que viajan al extranjero.



³ Servicios de alimentación es una pregunta de respuesta múltiple, por lo que la suma puede exceder el total de turistas del primer semestre.

Un 72,0% de los hombres utiliza servicios de alimentación en *Restaurante / comida rápida* y en el caso un 65,5% de las mujeres, esto significa que los hombres poseen una propensión de usar este servicio de alimentación 1,4 veces mayor a las mujeres. Un 33,2% de las mujeres se alimenta en *Casa de familiares/amigos* y un 28,1% de los hombres prefieren este servicio de alimentación, es decir, las mujeres poseen una propensión de usar servicios de alimentación en la *Casa de familiares/amigos* 1,3 veces mayor a los hombres (ver Gráfico 16).

Gráfico 18 Uso de servicios de alimentación de los turistas residentes en Chile que viajan al extranjero hombres v/s mujeres y comparación según género.





Torres del Paine

Anexos

Anexo 1. Cuadros estadísticos