**MINUTA**

**DATOS DE TRANSBANK**

(ventas con tarjetas de crédito emitidas fuera de Chile)

**Antecedentes y consideraciones:**

* La presente minuta cuenta con información de las ventas con tarjeta de crédito emitidas fuera del territorio nacional para los meses de diciembre, enero y febrero (temporada estival). Las cifras son entregadas por Transbank gracias al convenio de colaboración, firmado en Octubre de 2015, entre la Subsecretaría de Turismo y Transbank.
* Esta información permite complementar los datos ya trabajados desde la Subsecretaría de Turismo y generar nuevos antecedentes en relación a los gastos realizados por turistas, por lo que se procede al análisis con el objetivo de **describir el gasto realizado a través del sistema de tarjetas de crédito**, por mes, rubro, entre otras variables relevantes.
* La naturaleza de los datos impone ciertas limitaciones que resulta preciso indicar:
* Se tiene certeza de dónde se emitió la tarjeta, pero esto no constituye certeza de la nacionalidad o residencia de los que realizaron el gasto.
* Las ventas totales se encuentran expresadas en UF, por lo que al realizar el análisis, éste se encontraría sujeto a la variabilidad de la misma.
* No es posible identificar el total de tarjetas utilizadas para cada monto total de venta, sólo se identifican cantidad de transacciones. Por lo tanto, las transacciones pueden corresponder a igual o menor número de tarjetas.
* El monto mínimo para comprar con tarjeta de crédito corresponde a 50 pesos chilenos, entendiendo que cualquier venta inferior a ese monto no se considerará válida.
* Durante la temporada estival (diciembre a marzo), se estima que llegarán a Chile cerca de 2,4 millones de turistas. Esto corresponde a un incremento en la llegada de turistas de cerca de un 33%. Lo anterior se explica en gran parte por el singular comportamiento registrado para las llegadas de turistas argentinos, esperando alcanzar en el cuatrimestre diciembre – marzo un incremento del +62%. Sin embargo, no son los únicos turistas que han incrementado su llegada, ya que se espera que los estadounidenses aumente en esta temporada en cerca de un 25% y los europeos en casi un 11%. Por su parte, Brasil ha disminuido fuertemente sus llegadas a Chile, por lo que se espera que finalice la temporada con alrededor de un -18% en llegada de turistas respecto a la temporada 2015.

**Ventas totales:**

* Este incremento en la llegada de turistas se ha visto reflejado en un aumento en el gasto. Lo anterior se puede observar con los datos entregados por Transbank, que corresponden a las ventas con tarjetas de crédito emitidas fuera del país.
* Efectivamente, las ventas totales aumentaron en un 43% considerando la temporada estival hasta febrero. En diciembre el aumento fue de un 38%, en enero correspondió a un 40% y en febrero a un 52%.
* Dentro de los países que presentan mayor gasto total por tarjeta de crédito, se encuentran Argentina, Estados Unidos y Brasil. Considerando las variaciones respecto a la temporada anterior, destaca fuertemente el aumento que tuvieron las ventas de los argentinos. En la temporada el aumento promedió un 158%, aumentando para el mes de diciembre 2015 respecto a diciembre 2014 un 212%, en enero un 135% y en febrero un 157%. Otro país que tuvo un aumento considerable en las ventas fue Inglaterra con un 26% en la temporada, seguido por Francia con un 17% y Estados Unidos con un 12% de aumento. Brasil por su parte redujo su gasto en tarjetas en un -33%.



Fuente: elaboración propia con datos de Transbank.

**Por región:**

* En términos regionales, la región que recibe el mayor gasto en tarjetas de crédito es la Región Metropolitana, seguida por la Región de Valparaíso y luego la Región de Magallanes y Antártica Chilena. Sin embargo, si bien estas regiones destacan por el monto total, se debe señalar que todas las regiones aumentaron sus ventas con tarjeta. Destacan cuatro regiones que tuvieron incrementos igual o sobre el 100%, lo que implica que más que duplicaron sus ventas con tarjetas respecto al período anterior; Maule (139%), Aysén (113%), Araucanía (112%) y Tarapacá (100%).



Fuente: elaboración propia con datos de Transbank.

* Si analizamos los principales países por Región, Argentina, Estados Unidos y Brasil, se puede observar lo siguiente: Argentina aumenta sus compras totales en totas las regiones, produciéndose el mayor aumento en la Región del Maule (471%), Arica y Parinacota (387%), Aysén (225%) y La Araucanía (205%). Dicho lo anterior, el mayor gasto en términos absolutos de los argentinos se produce en la Región Metropolitana, seguida de Valparaíso y luego Los Lagos.
* Estados unidos también aumenta su gasto en la mayoría de las regiones, destacando Arica y Parinacota (52%), Aysén (33%) y Magallanes y Antártica Chilena (30%). En términos absolutos, nuevamente el mayor gasto de los estadounidenses se produce en la Región Metropolitana, seguida de Valparaíso y luego Magallanes.
* Brasil por su parte reduce sus gastos con tarjeta de crédito en la mayoría de las regiones, sólo aumentando en Atacama un 4% y O´Higgins un 1%. Las principales reducción se observan en Maule (-99%) y Los Rios (-80%).

**Por rubro:**

* Si los datos se analizan por rubro, todos los rubros considerados[[1]](#footnote-1) aumentaron sus ventas, destacando compras que aumentó un 108,5% en el período. Le sigue en términos de aumento los Servicios automotrices y combustibles con un 45,8%, luego la alimentación (38%), actividades turísticas y entretención con un 21%, Hoteles un 18%.
* Considerando el rubro hoteles, el país que más gasta en este rubro es Estados Unidos, que además tuvo un incremento de casi un 25% en el período. Le sigue Argentina en términos absolutos y con un incremento en el gasto de un 68,3%.
* Si consideramos el rubro de consumo y servicios, Argentina es en este caso el país que tiene el mayor gasto con tarjeta, el cual aumentó además un 65,2%. Le sigue Estados Unidos en valor absoluto y pero con una reducción de un -1,4%.
* Argentina también supera, en términos absolutos, a Estados Unidos en el rubro de actividades turísticas y entretención, donde además se observa que hubo un aumento en las ventas de 79,4% para los argentinos y de un 13,7% para los estadounidenses.
* En alimentación, nuevamente el mayor gasto lo tienen los argentinos, seguido por Estados Unidos y Brasil. Para los dos primeros países, estos aumentaron su gasto en la temporada en un 110,4% y un 16,0% respectivamente, mientras que Brasil redujo su gasto en un -27,9%.
* El rubro que más destaca en términos de gasto es el de compras, pero específicamente para los argentinos. En la temporada anterior, el gasto total en este rubro fue de casi 40 mil millones de pesos, mientras que esta temporada, el gasto se incrementó un 220,4%, llegando a un poco más de 125 mil millones. Destacan también en este rubro Estados Unidos y Brasil por el monto absoluto 8,7 mil millones y 6,5 mil millones respectivamente, y en crecimiento Inglaterra y Francia que aumentan un 29% y un 21% respectivamente.



Fuente: elaboración propia con datos de Transbank.

**Por destino:**

* Así también se hizo un análisis por destino, considerando los 83 destinos que se incluyen en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable. Aquí se puede observar que hubo un aumento en el gasto en cada tipo de destino[[2]](#footnote-2), pero ciertamente el gasto total es mayor en los destinos consolidados, luego en los emergentes y finalmente en los potenciales. El aumento del gasto en la temporada fue de un 32% para destinos consolidados, un 28% para destinos emergentes y un 24% para destinos potenciales. La única caída en el gasto en destinos se observa en el mes de febrero, en destinos potenciales, donde cae un -8%.



Fuente: elaboración propia con datos de Transbank.

1. Alimentación, Transporte, Servicios automotrices y combustibles, Compras, Actividades turísticas y entretención, Hoteles y Otros consumos y servicios. [↑](#footnote-ref-1)
2. Consolidado, Emergente y Potencial. [↑](#footnote-ref-2)