

INFORME BÁSICO DEL MERCADO TURÍSTICO EMISOR



CHILE 2025 Informe Básico del Mercado

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)
Texto: Consejería de Turismo de España en Buenos Aires
NIPO: 2019-25-003-0
Junio 2025



TABLA DE CONTENIDO

Análisis del mercado turístico en su conjunto

Análisis del mercado emisor hacia España

Conclusiones y valoración de la situación

ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO EN SU CONJUNTO

CUADRO MACRO

	2023	2024	2025 (previsión)
PIB real (Tasa de variación interanual)	-0,22%	1,98%	2,53%
Inflación (Tasa variación interanual)	7,78%	3,18%	3
Desempleo (Tasa sobre el total de la población activa)	8,83%	9,03%	8,55%

Fuente: Fondo Monetario Internacional

Chile, es uno de los países latinoamericanos con mayor nivel de ingresos promedio en que, sin embargo, registra en paralelo una notable desigualdad en su distribución, con un índice de Gini de 0,43 en 2022.

4

Pese a registrarse una leve caída del PIB en 2023, puede afirmarse que la economía chilena ha avanzado significativamente en la resolución de los desequilibrios macroeconómicos acumulados en los últimos años. De hecho, la economía creció en 2014 y se espera que ese crecimiento se acelere en 2025.

En el último trimestre de 2025 tendrá lugar el proceso electoral (primarias, primera y segunda vuelta) para elegir a la persona que ocupe la Presidencia de la República.

Población total/viajera (según nivel de ingresos)

De acuerdo con su situación socioeconómica, puede estimarse que en la actualidad, 2,8 millones de chilenos tendrían potencial de consumo de viajes internacionales, un 14,1% de la población total.

Dentro de este grupo, se ubicaría otro de dimensión más reducida que integrarían aproximadamente 1,4 millones de habitantes, el 7% de la población total, que constituiría un segmento de consumidores que podría denominarse *premium* con alta capacidad adquisitiva para el turismo internacional.



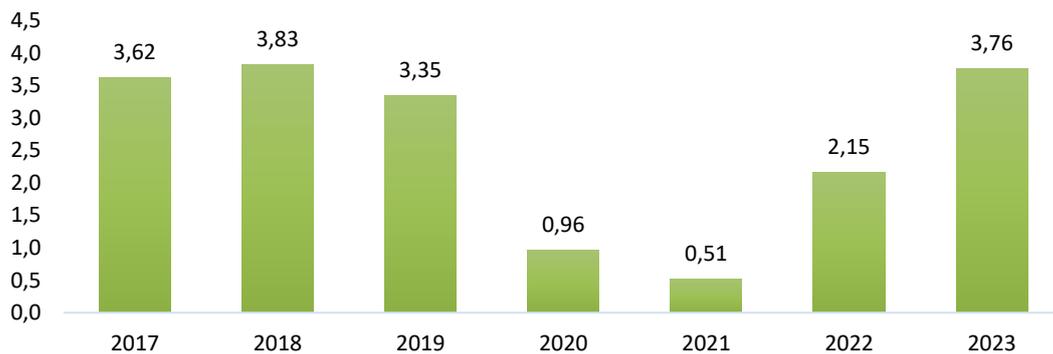
Fuente: Modelo de grupos socioeconómicos GSE (% población e ingresos medios mensuales por hogar) - AIM Chile, abril 2023.

Principales áreas emisoras

El mayor potencial del mercado emisoro chileno está en su capital, Santiago de Chile, si bien, son regiones con población de elevado nivel de ingresos Antofagasta al norte y en la región de Magallanes y Antártica chilena al sur del país.

Evolución del número de viajeros internacionales

Viajes de residentes chilenos al exterior
Años 2017-2023



Fuente: SERNATUR

5

Los últimos datos anuales disponibles se corresponden con 2023, año en el que 3,76 millones de residentes chilenos realizaron viajes al exterior. Esta cifra es superior a la del año previo a la pandemia, pero ligeramente inferior a 2018, cifra máxima de la serie.

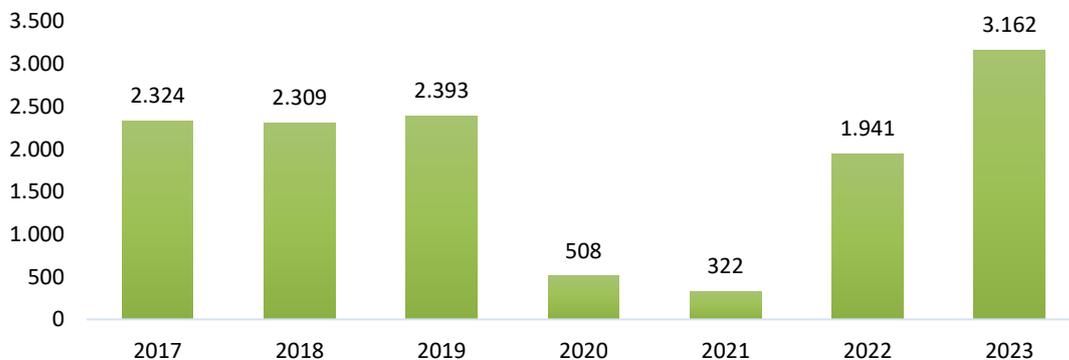
Durante los 6 primeros meses de 2024, 1,95 millones de residentes chilenos realizaron viajes internacionales, un 5,2% más que en el mismo período del año anterior.

Evolución del gasto emisor internacional

Desde el punto de vista del gasto, sin embargo, se han superado las cifras previas a la pandemia, al llegar, en 2023, a los 3.162 millones de USD.

Durante los 6 primeros meses de 2024, el gasto de los chilenos en sus viajes al exterior fue de 1.421,58 millones de euros.

Gasto de los residentes chilenos en viajes internacionales
Años 2017-2023



Fuente: SERNATUR

Destinos más visitados

En 2023 los chilenos fueron principalmente a los países vecinos (Argentina y Perú), seguido de destinos de sol y playa como Brasil, México y los países del Caribe (incluidos dentro de la categorías "Resto de América").

En los seis primeros meses de 2024, el turismo hacia Argentina cayó un 16,2%. También han caído los viajes a México (-8,1%) y a EEUU (-2,5%). Han crecido, sin embargo, los viajes a Brasil (49%), Perú (43,5%), Colombia (13,7%), Europa (11,5%) y Resto de América (8,8%). De este modo la cuota de mercado de Argentina caería al 37%, mientras que se han incrementado las de Perú (al 19%) y Brasil (al 14,9%). La cuota de Europa se mantendría en torno al 6%.



Fuente: SERNATUR

6

Distribución turística

En 2023, el 72% de las ventas de servicios relacionados con los viajes y el turismo en Chile se realizó a través de internet, un porcentaje algo mayor al promedio de América Latina, de 70%. Por otra parte, el 28% de los servicios de viaje fueron adquiridos a través de canales tradicionales off line (Statista).

Los principales operadores del mercado por volumen de ventas serían Despegar Chile, Turismo Cocha y Travel Security, a los que seguirían Booking, Viajes Falabella y Atrápalo Chile.

En cuanto a los operadores con oferta relevante de Europa y España destacarían:

- los mayoristas: Expan Tours, Travel Away, Vía Club y Travel Selection Group,
- las agencias focalizadas en vacacional: Viajes El Corte Inglés, Viajes Falabella, Tourmundial y Deltour
- y en relación con segmento corporativo: Travel Security, Turavión (FCM GROUP), Carlson Wagonlit Travel y BCD Travel.

ANÁLISIS DEL MERCADO EMISOR HACIA ESPAÑA

Evolución reciente llegadas de turistas

El número de chilenos que visitó España en 2024 fue de aproximadamente 348.000, lo que supone un 15,7% más que en el año anterior. Los niveles de turistas son superiores a los previos a la pandemia.

Turistas chilenos a España
Años 2016-2024

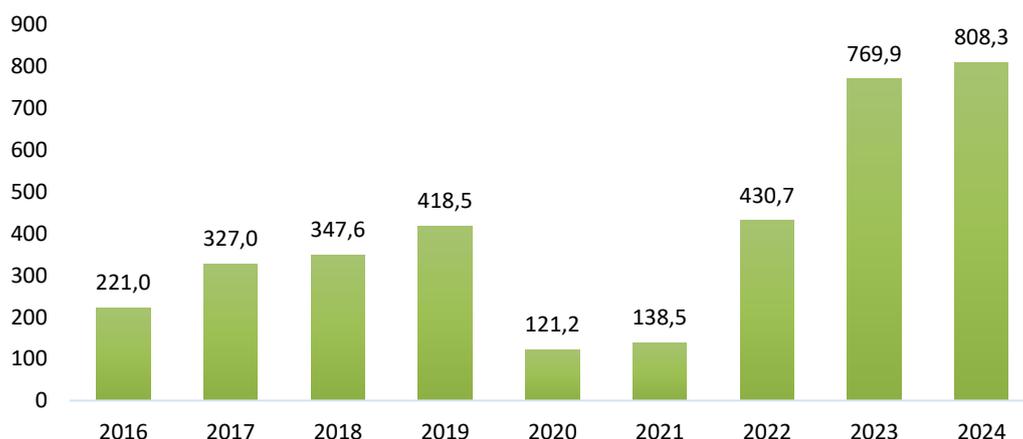


Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos del INE

Evolución reciente gasto turistas

El gasto de los turistas chilenos fue de 808,3 millones de euros en 2024, lo que supone un crecimiento del 5% con relación al año anterior. Al igual que ocurría con el número de turistas, los niveles de gasto son superiores a los previos a la pandemia.

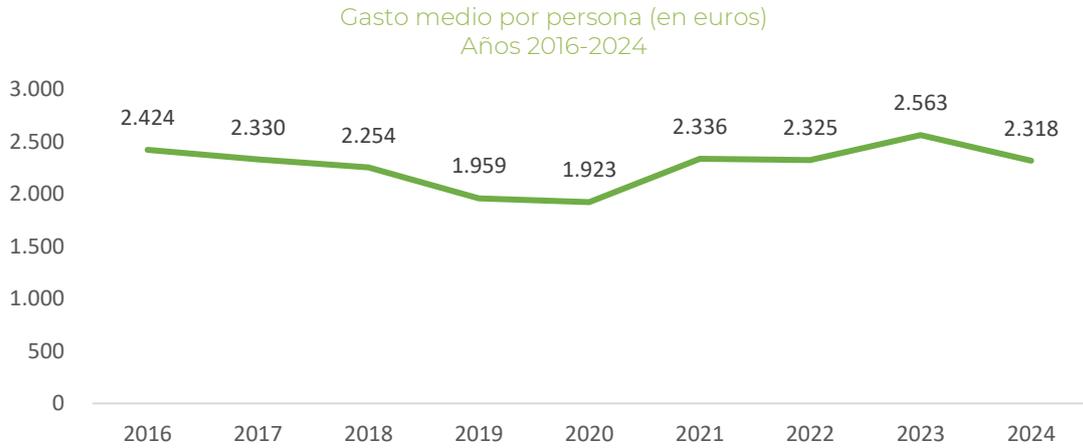
Gasto de los turistas chilenos en España (en mill. de euros)
Años 2016-2024



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos del INE

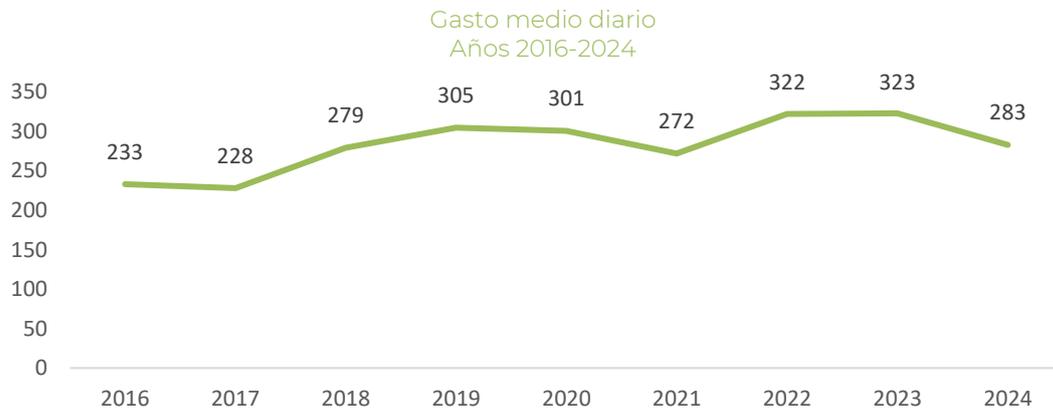
El gasto medio se situó en los 2.138 euros, cifra inferior a la de 2023, pero en línea con los niveles de gasto previos a la pandemia.





Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos del INE

El gasto medio diario fue de 283 euros, también por debajo de los niveles anteriores.



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos del INE

Estancia media

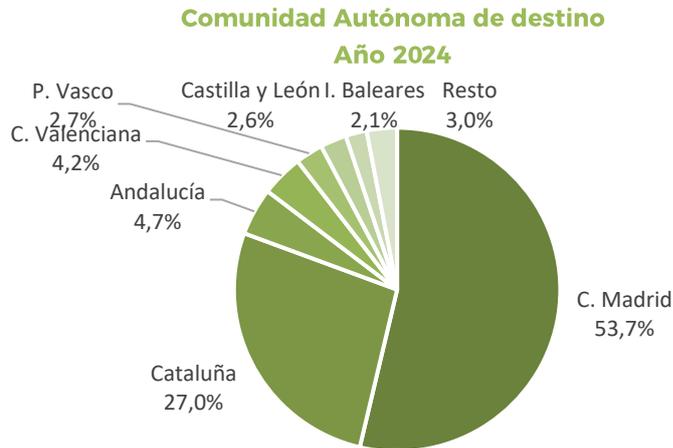
La estancia media de los turistas chilenos en 2024 fue de 8 días.



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos del INE

Distribución de las llegadas por Comunidades Autónomas

C. Madrid y Cataluña (Especialmente Barcelona) son los principales destinos de los chilenos. Si se compara con datos de 2023, la C. Madrid incrementa su cuota, pasando del 46% de 2023 al 53,7% de 2024.



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos del INE

9

Conectividad aérea

CONEXIONES AÉREAS EN VUELOS DIRECTOS A ESPAÑA

		Nº frecuencias semanales	Compañía aérea
Madrid	Santiago	14	LATAM
Madrid	Santiago	11	IBERIA
Barcelona	Santiago	4	LEVEL

En la actualidad la ruta directa de Santiago a Madrid está operada por 2 aerolíneas con 25 frecuencias semanales y a ella se suma la conexión entre Santiago y Barcelona, con 4 frecuencias semanales, en lo que supone un total de 29 frecuencias semanales directas entre Chile y España.

CONCLUSIONES Y VALORACIÓN

En los últimos dos años Chile viene demostrando uno de los comportamientos más positivos hacia España dentro de los mercados emisores de América del Sur.

Tanto las cifras de gasto como de turistas se sitúan en máximos históricos, en lo que respecta a los viajes a España.

La sólida red de conectividad aérea directa con nuestro país, con 29 frecuencias semanales entre Santiago y Madrid y Barcelona, ha favorecido sin duda esta evolución, se espera que se mantenga en 2025.

En este contexto, pueden identificarse dos retos: la diversificación de destinos y la mejora en el posicionamiento en el segmento específico del turismo de lujo.

Cabe advertir que el 65% de las visitas de los turistas chilenos que visitan España acontece en dos destinos, Madrid (53,7%) y Cataluña (27%, principalmente Barcelona), lo que supone un notable nivel concentración, habitual en el caso los emisores del área geográfica. Pone ello de manifiesto el recorrido que todavía presentan en el emisor argentino destinos como Andalucía, Comunidad Valenciana, Islas Baleares, País Vasco, Galicia, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura y Aragón; en particular, tomando en consideración el perfil repetidor de gran parte de los turistas chilenos que visitan en nuestro país.

10

En este sentido, se está trabajando con los diferentes destinos para poder identificar propuestas que sean interesantes para el mercado. Además, se está trabajando en capacitar a los profesionales y que lleguen a conocer toda esta oferta. La conectividad dentro de España es también clave, y el desarrollo de la red de alta velocidad es otro de los elementos que forman parte de la comunicación con el sector. Finalmente se está incorporando un nuevo enfoque que posibilita, en el caso de los grandes tours por Europa, incorporar ciudades ni principales en la misma: dado que la mayor parte de las ciudades españolas cuenta con muy buena conectividad con las capitales europeas, una propuesta de valor al cliente sería incorporar alguna de estas ciudades dentro de esas rutas.

Por otra parte, como el resto de emisores de su área geográfica, Chile presenta un nicho específico de consumidores de turismo *premium*, reducido desde la perspectiva cuantitativa (un millón cuatrocientos mil consumidores, que equivaldrían al 7% de la población total del país) pero de importancia estratégica en cuanto a la cualitativa, desde la perspectiva de atraer a un turista rentable y que contribuya a la sostenibilidad del destino.

El destino España, a partir de su excelente posicionamiento general en el emisor chileno, cuenta con una clara oportunidad de ganar relevancia en este segmento, a través de la difusión del dinámico proceso de transformación que viene experimentando su oferta turística en los últimos años para adaptarse a la demanda viajera propia del turismo de alta gama; incremento de visibilidad al que debe sumarse un esfuerzo para dinamizar la comercialización de los productos y servicios específicamente diseñados para este tipo de consumidor.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 