

Estadísticas Enero 2023



Autor: Alejandro Molina
Departamento Turismo

CONTENIDO

I ENCUESTA ENERO 2023 A VISITANTES COMUNA DE PANGUIPULLI	3
INFORMACIÓN GENERAL	3
Lugares considerados y fechas.....	3
Diseño de las encuestas.	3
Lugar Donde se realizaron las encuestas.	6
Motivo consulta	8
DATOS DEL VISITANTE.....	10
Procedencia del visitante	10
Región de los visitantes chilenos.....	11
Comuna de los visitantes chilenos.	12
País de los visitantes extranjeros.	14
Cuántas veces han viajado a la comuna los visitantes.....	16
Motivos por los cuales visita la comuna	17
Cuántas personas conforman el grupo de viaje (incluyendo al encuestado)	18
Rango etario de los grupos de viaje (incluyendo al entrevistado).	20
Cantidad de noches que pasan los visitantes en la comuna.....	21
Transporte utilizado para visitar la comuna.....	23
Tipo de alojamiento utilizado para pernoctar en la comuna.....	24
Presupuesto diario en alimentación, transporte, alojamiento y tickets de atracciones en nuestra comuna por grupo de viaje	26
Medios de información para planificar la primera visita en la comuna.....	26
PERFIL DEL VISITANTE DE ENERO 2022	27
SITUACION COMUNAL.....	28
II CANTIDAD DE VISITANTES POR OIT – ENERO 2023	31
III ANÁLISIS VISITAS PAGINA sietelagos.cl.....	33
IV ANÁLISIS RRSS.	37
V CONCLUSIONES	38

I ENCUESTA ENERO 2023 A VISITANTES COMUNA DE PANGUIPULLI

INFORMACIÓN GENERAL

Lugares considerados y fechas.

Este mes de enero, aparte de las encuestas realizadas en las oficinas de información turística de la comuna, que se ampliaron a tres puntos más que son: la oficina de la costanera de Panguipulli (CIT Panguipulli), la OIT de Choshuenco y un punto en la feria costumbrista de Liquiñe. Por otro lado, se contrataron 5 encuestadoras que realizaron encuestas en puntos de afluencia de turistas dentro de la comuna, de manera de poder contar con la información de aquel visitante que no concurre a nuestras oficinas en busca de información.

Por lo tanto, los lugares fijos de recopilación de encuestas fueron:

OIT Panguipulli.

CIT Panguipulli.

OIT Neltume.

OIT Coñaripe.

OIT Choshuenco.

Feria Costumbrista de Liquiñe.

Los lugares en donde las encuestadoras se desplazaron dentro en la comuna fueron:

Chauquén: playa y campings.

Panguipulli: playa, costanera, terminal de buses, bombas de bencina.

Coñaripe: alrededores de la OIT, playa, feria costumbrista, centro.

Puerto Fuy; playa, embarcadero.

Rango de tiempo de la toma de encuestas: Entre el 2 al 31 de enero 2023.

Diseño de las encuestas.

En relación al diseño debemos considerar que en las OITs hubo un periodo de transición entre la toma de encuestas con el diseño antiguo y el nuevo (actual). El diseño anterior era una encuesta extensa que si bien es cierto recopilaba información muy atingente y

completa de nuestros visitantes, revestía el problema tanto para el informador/encuestador y para el encuestado ya que demoraba mucho tiempo en su ejecución, entre otros inconvenientes. Por lo que se decidió rediseñar la encuesta, lo que generó que durante enero se aplicaran ambas encuestas durante un tiempo.

A continuación, mostramos un diagrama de flujo de cómo quedó diseñada la nueva encuesta para las OIT.

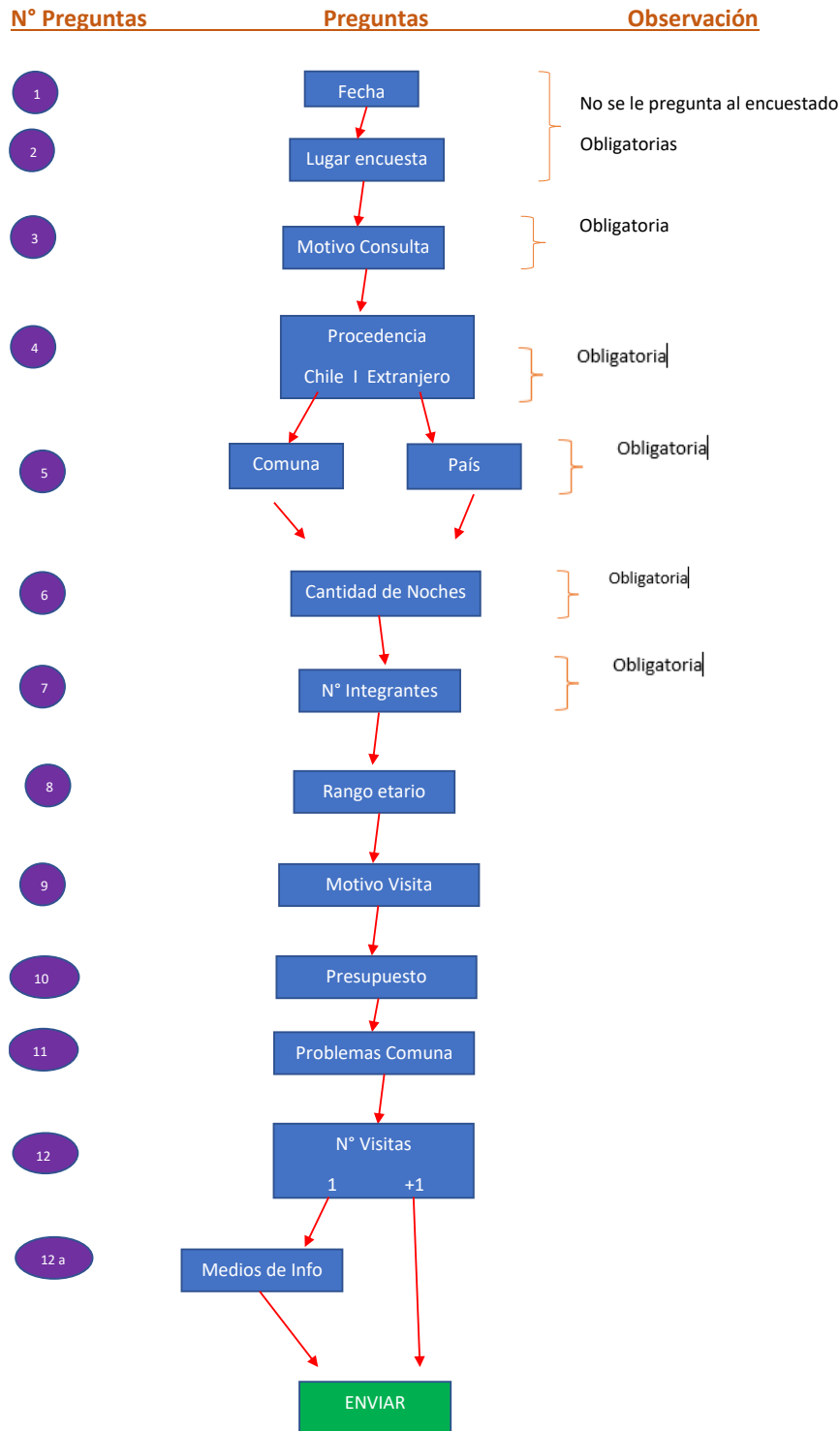


Diagrama N° 1 – Elaboración propia

En el Diagrama se observa que existen preguntas obligatorias de responder (las primeras) y las siguientes que son voluntarias. Esto para darle más manejo al encuestador/informador frente a la disposición del encuestado y así no perder información.

Lugar Donde se realizaron las encuestas.

a) Datos solo para las oficinas de información turística.

Encuesta antigua + nueva

Aquí el informador podía registrar solo una opción.

Oficina	N° Enc.
OIT Coñaripe	1240
CIT Panguipulli (Costanera)	518
OIT Panguipulli	456
OIT Neltume	149
OIT Choshuenco	142
Feria Costumbrista Liquiñe	41
OIT Liquiñe	14
Total	2560

Tabla N° 1 – Elaboración propia

Tenemos un total de 2.560 encuestados en los puntos fijos de toma de encuestas. Vemos que la mayor cantidad de encuestas fueron realizadas en Coñaripe y en Panguipulli.

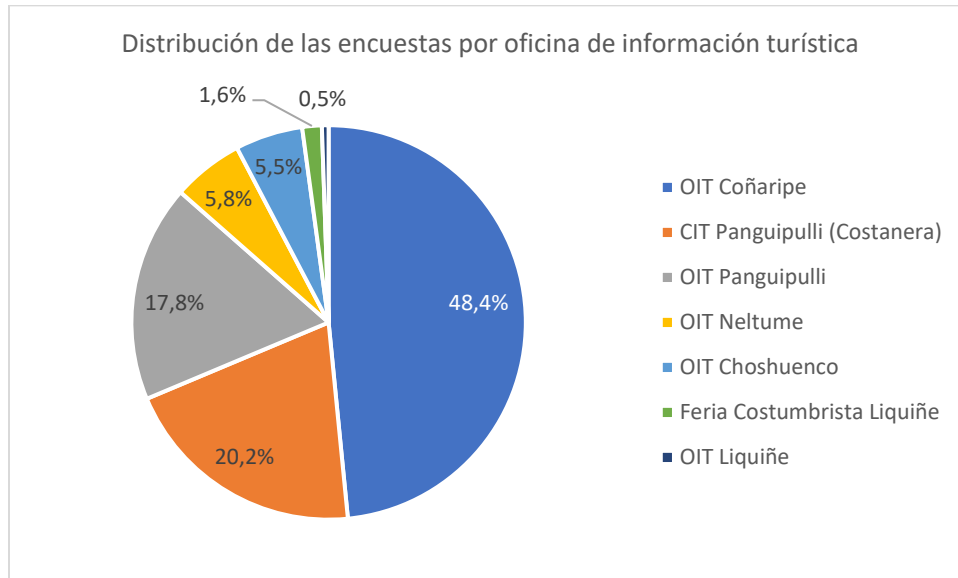


Gráfico N° 1 – Elaboración Propia

b) En terreno se les consultó a los encuestados si durante su estadía habían visitado una oficina de información turística municipal. Los datos arrojaron lo siguiente:

Resp.	N° Enc.
SI	361
NO	1418
Total	1779

Tabla N° 2 – Elaboración propia

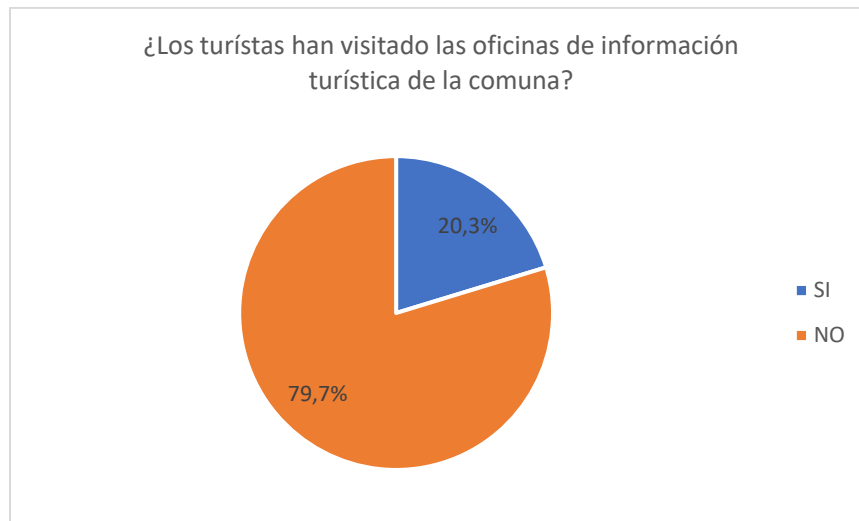


Gráfico N° 2 – Elaboración Propia

Vemos que un considerable porcentaje de los encuestados (20,3%) manifiesta haber visitado una oficina de información turística municipal.

Tenemos un total de **4.339 encuestados** en terreno y oficinas. Consideramos una muy buena muestra en consideración a periodos anteriores

Motivo consulta

Cantidad de Encuestados: 2.560

Cantidad de Respuestas: 3.130

Aquí el informador podía registrar hasta dos motivos de consultas por encuestado.

Datos sólo tomados en las OITs.

Presentamos en la siguiente tabla aquellos motivos de consulta sobre un 1,7% de representación del total.

Consultas recurrentes en Oficina	N° Enc.
Que hacer en la comuna	759
Cómo llegar a	542
Mapa/ folletería	342
Ruta Termal	337
Huilo - Huilo	189
Alojamiento	172
Saltos de agua	122
Turismo aventura	109
Playas lacustres o de ríos.	72
Horario de buses	60
Corredor sur	58
Gastronomía	54
Otros	314
Total	3130

Tabla N°3 – Elaboración propia

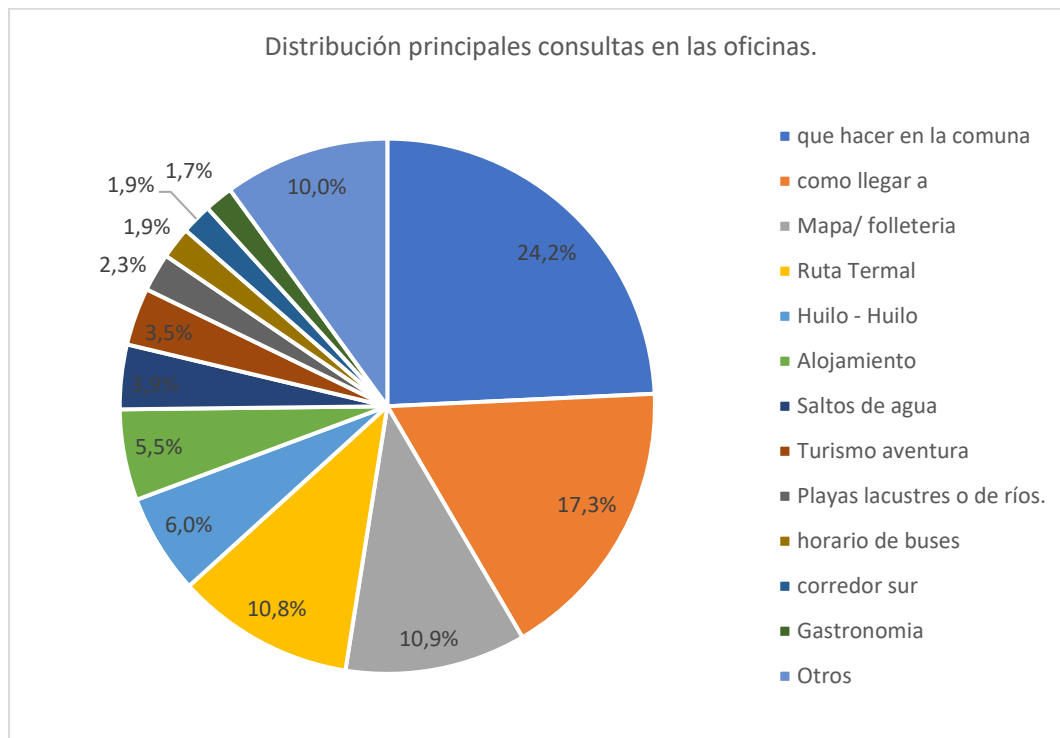


Gráfico N° 3 – Elaboración Propia

Los datos arrojaron que la mayoría de los motivos de consulta es para requerir información sobre qué hacer en la comuna, como llegar a cierto destino y requerir mapas y folletería.

DATOS DEL VISITANTE

Procedencia del visitante

Cantidad de Encuestados: 4.339

Cantidad de Respuestas: 4.339

Aquí el informador podía registrar solo una opción.

Datos de las OITs y terreno.

Procedencia	N° Enc.
Chile	3892
Extranjero	447
Total	4339

Tabla N°4 – Elaboración propia

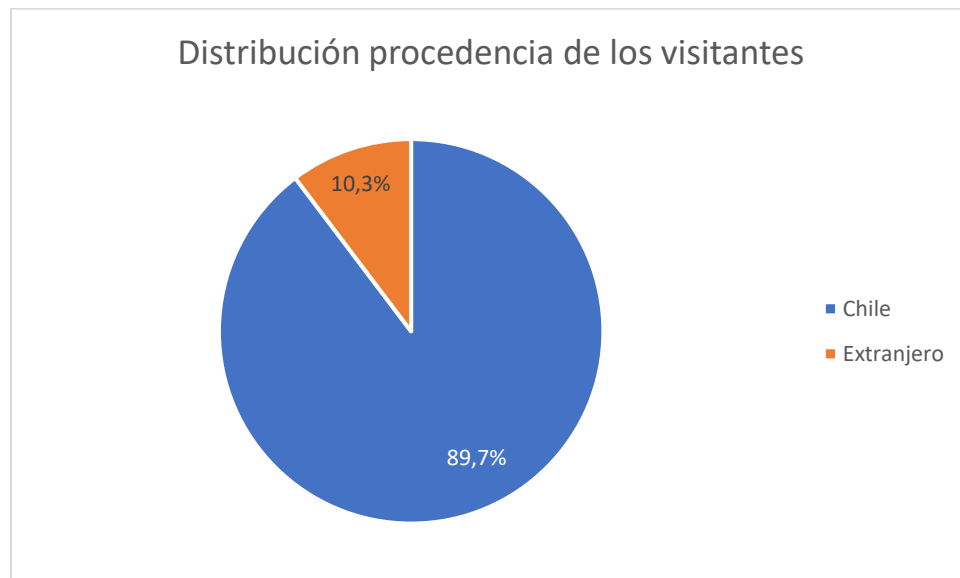


Gráfico N° 4 – Elaboración Propia

Este mes el porcentaje de visitas extranjeras es de un 10,3%. Se vuelve a los porcentajes de años anteriores, bajando en comparación a los datos que teníamos los meses del segundo semestre 2022.

Región de los visitantes chilenos.

Cantidad de Encuestados: 1.738

Cantidad de Respuestas: 1.738

Aquí el informador podía registrar solo una opción.

Los datos recopilados sólo en las OITs.

Región	N° Enc.
Metropolitana	818
Bio Bio	185
La Araucanía	180
Valparaíso	124
Libertador General Bernardo O'Higgins	78
Los Lagos	76
Maule	63
Los Ríos	57
Ñuble	51
Coquimbo	34
Antofagasta	24
Arica y Parinacota	19
Atacama	13
Tarapacá	7
Magallanes y Antártica Chilena	6
Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	3
Total	1738

Tabla N°5 – Elaboración propia

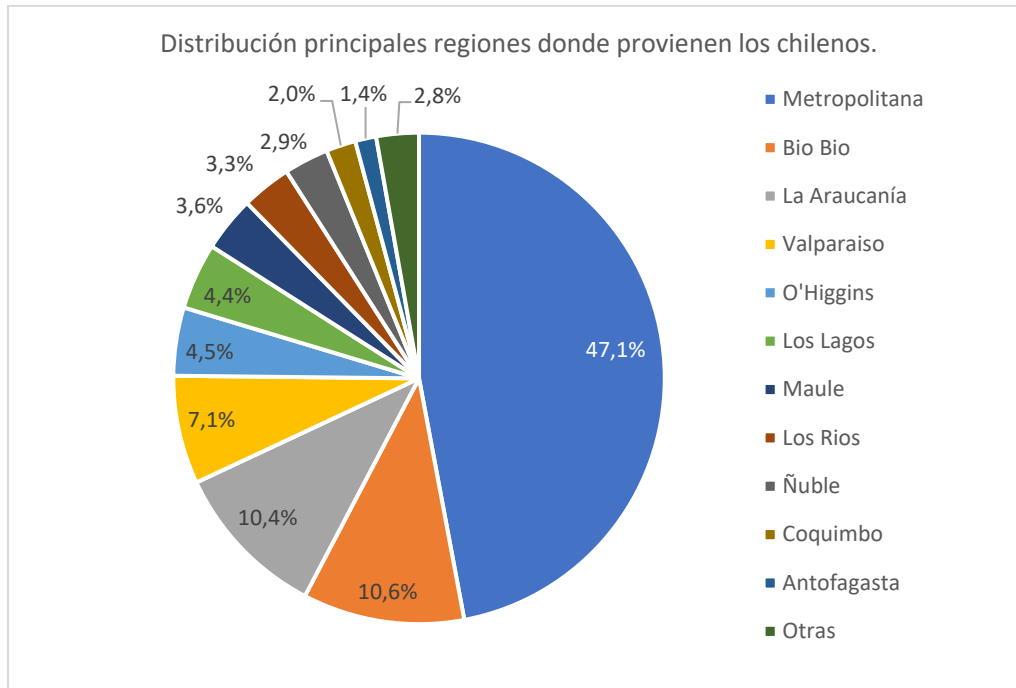


Gráfico N° 5 – Elaboración Propia

Como es la tendencia, la mayoría de los visitantes son de la región Metropolitana, Bio Bio y Araucanía.

Comuna de los visitantes chilenos.

Cantidad de Encuestados: 2.131

Cantidad de Respuestas: 2.131

Aquí el informador podía registrar abiertamente la comuna del encuestado.

Datos recopilados en OITs y terreno.

A continuación, presentamos las comunas que tienen sobre un 0,7 % de representación.

Comuna	N° enc.	%	Comuna	N° enc.	%
Santiago	223	10,5%	Talca	27	1,3%
Temuco	149	7,0%	Quilicura	23	1,1%
Valdivia	118	5,5%	Lota	20	0,9%
Concepción	78	3,7%	San Bernardo	20	0,9%
Maipú	59	2,8%	Gorbea	19	0,9%
Villarrica	56	2,6%	Ñuñoa	18	0,8%
Puente Alto	51	2,4%	Buin	17	0,8%
Chillán	39	1,8%	Curicó	17	0,8%
Rancagua	36	1,7%	Melipilla	17	0,8%
Colina	34	1,6%	Frutillar	16	0,8%
Los Ángeles	34	1,6%	Lautaro	16	0,8%
Puerto Montt	33	1,5%	Renca	16	0,8%
Conchalí	32	1,5%	Valparaíso	16	0,8%
Osorno	32	1,5%	Viña del Mar	16	0,8%
Pudahuel	32	1,5%	Vilcún	15	0,7%
La Florida	31	1,5%	La Granja	14	0,7%
Providencia	31	1,5%	Otras	747	35,1%
Antofagasta	29	1,4%	Total	1097	51,5%

Tabla N°6 – Elaboración propia

Si analizamos sólo la RM, tenemos que las principales comunas de origen de nuestros visitantes son:

RM
Santiago
Maipú
Puente Alto
Colina
Conchalí
Pudahuel
La Florida
Providencia
Quilicura
San Bernardo

Tabla N°7 – Elaboración propia

En relación al resto de las regiones, las principales comunas de origen son:

Otras Reg.
Temuco
Valdivia
Concepción
Villarrica
Chillán
Rancagua
Los Ángeles
Puerto Montt
Osorno
Antofagasta

Tabla N°7 – Elaboración propia

Las anteriores tablas nos arrojan por un lado que los visitantes de la Región Metropolitana son mayoritariamente de comunas populares. Y respecto a las otras regiones del país, las comunas son de distancias cercanas a excepción de Rancagua y Antofagasta.

País de los visitantes extranjeros.

Cantidad de Encuestados: 447

Cantidad de Respuestas: 447

Aquí el informador podía registrar abiertamente la nacionalidad del encuestado.

Los datos fueron recopilados tanto en OITs y terreno.

Pais	N°	Pais	N°
Argentina	270	Italia	4
Alemania	32	México	4
EE.UU	26	Uruguay	4
Francia	18	Inglaterra	3
Colombia	18	Bolivia	2
Brasil	13	China	2
Perú	11	Finlandia	1
Suiza	10	Haití	1
España	6	Honduras	1
Venezuela	6	India	1
Canadá	5	Irán	1
Australia	4	Total	447
Bélgica	4		

Tabla N°8 – Elaboración propia

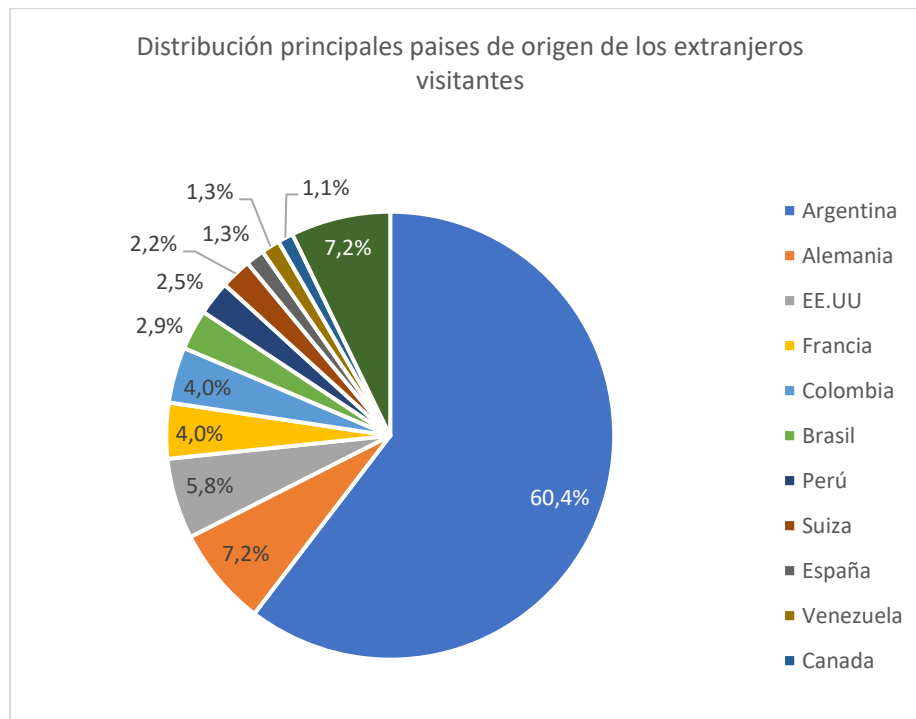


Gráfico N° 6 – Elaboración Propia

Los argentinos son los que encabezan las visitas de extranjeros, después le siguen los alemanes, estadounidenses y franceses.

Cuántas veces han viajado a la comuna los visitantes

Cantidad de Encuestados: 4339

Cantidad de Respuestas: 1935

Aquí el informador podía registrar una sola opción

Los datos fueron recopilados tanto en OITs y terreno.

N° Visitas	Total
1	634
2	698
3	242
4 o más	361
Total	1935

Tabla N°9 – Elaboración propia

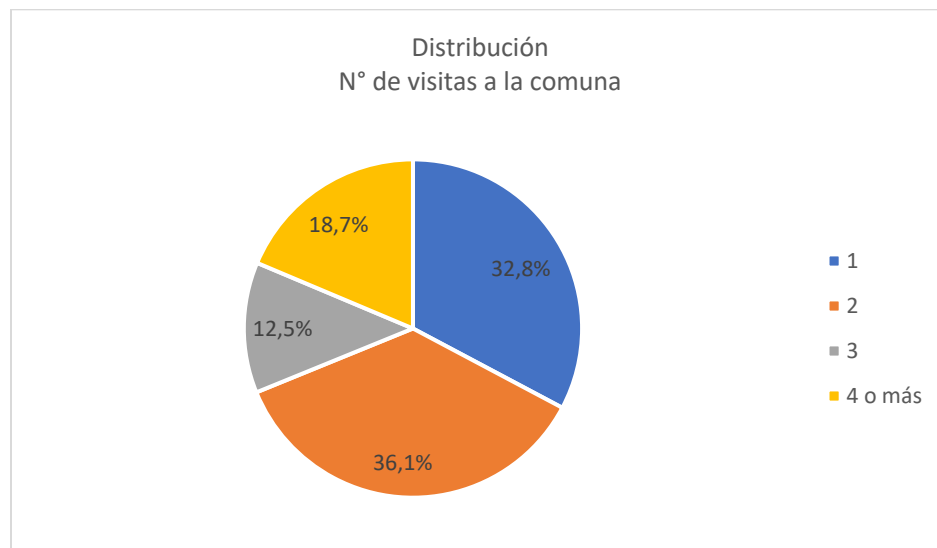


Gráfico N° 7 – Elaboración Propia

La gran mayoría de los turistas por primera y segunda vez.
Con un promedio de 2,1 veces.

Motivos por los cuales visita la comuna

Cantidad de Encuestados: 4.339

Cantidad de Respuestas: 3.046

Aquí el informador podía registrar hasta dos opciones

Los datos fueron recopilados tanto en OITs y terreno.

Presentamos a continuación aquellos motivos sobre un 1,4% de representación.

Motivo	N° Resp.
Playas lacustres o de rios	1336
Parques/Reservas Nacionales y/o Humedales	730
Visitas familia /amigos	251
Turismo Aventura (rafting / kayak/ mountain bike / ascensos alta montaña/ etc)	189
Termas	189
vacaciones	78
Turismo Rural /etnico	69
Negocio /Trabajo	53
Barcaza.	46
Gastronomía	42
Otro	63
Total	3046

Tabla N°10 – Elaboración propia

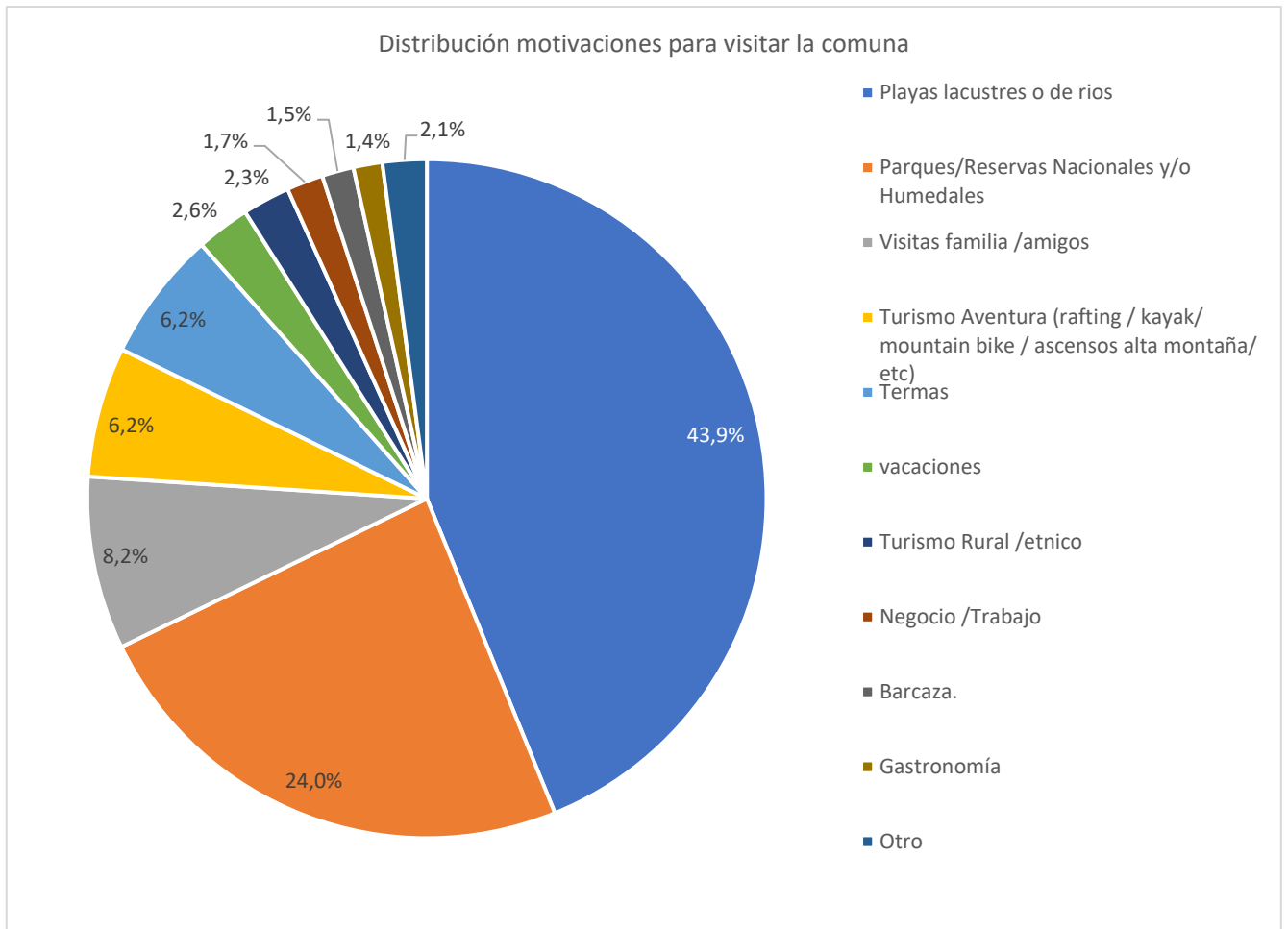


Gráfico N°8 – Elaboración Propia

Vemos que el principal interés es visitar playas lacustres o de ríos, Parques/Reservas Nacionales y/o Humedales y en tercer lugar visitar familia y amigos. Este último dato es interesante porque no nos había aparecido con tanta representación del total los últimos 7 meses por lo menos.

Cuántas personas conforman el grupo de viaje (incluyendo al encuestado)

Cantidad de Encuestados: 4.339

Cantidad de Respuestas: 4.338

Aquí el informador podía registrar solo una opción.

Los datos fueron recopilados tanto en OITs y terreno.

N° Integrantes	N° Enc.
2	1235
4	970
3	783
5	537
6	259
1	234
10	122
7	90
8	73
9	35
Total	4338

Tabla N°11 – Elaboración propia

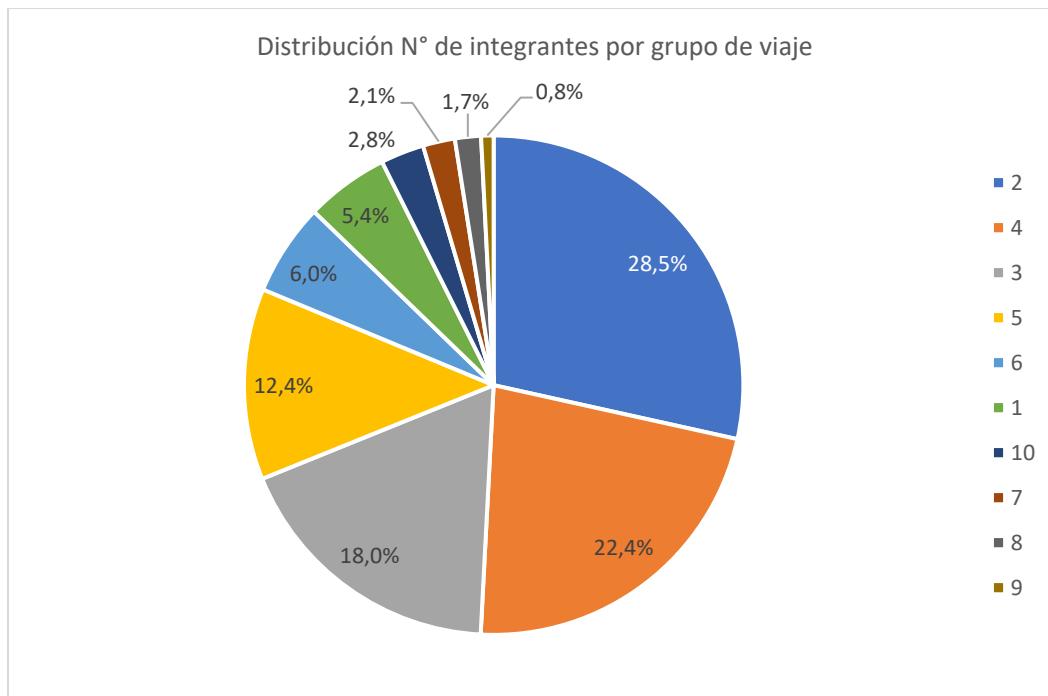


Gráfico N°9 – Elaboración Propia

Vemos que los grupos de viaje en su mayoría están compuestos por 2 personas y 4 personas.

Con un promedio de integrantes: 3,7 personas.

Mediana: 3 personas

Moda es 2 personas.

Rango etario de los grupos de viaje (incluyendo al entrevistado).

Cantidad de Encuestados: 4.339

Cantidad de respuestas: 2.025

Aquí el informador tiene varias opciones para registrar.

Los datos fueron recopilados tanto en OITs y terreno.

Rango etario	N° de personas
0- 12 años	1088
13 - 18 años	875
19 - 30 años	1635
31 - 45 años	2137
46 - 60 años	1244
61 -75 años	426
Mayores de 75 años	91
Total	7496

Tabla N°12 – Elaboración propia

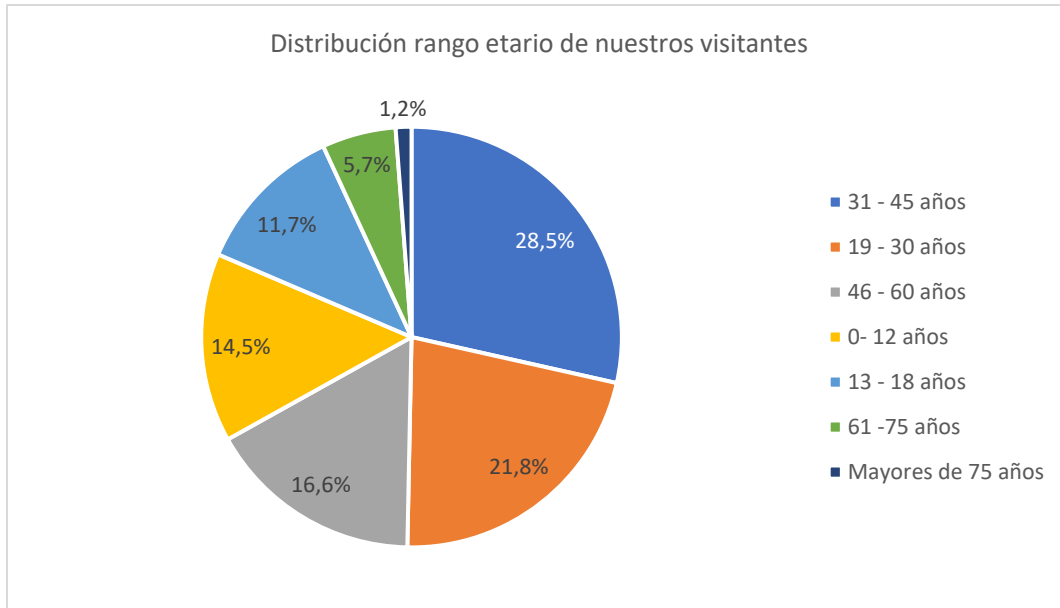


Gráfico N°10 – Elaboración Propia

Vemos que en relación a las edades de los visitantes la mayoría se concentra entre los 19 a 45 años.

El promedio de los visitantes es de 32,52 años.

Cantidad de noches que pasan los visitantes en la comuna

Cantidad de Encuestados: 4.339

Cantidad de Respuestas: 4.339

Aquí el informador tiene solo una opción para registrar.

Los datos fueron recopilados tanto en OITs y terreno.

N° de noches	N° Enc.
no pernocta en la comuna	1558
7 noches ó más	657
3	496
2	481
4	377
1	308
5	310
6	152
Total	4339

Tabla N°13 – Elaboración propia

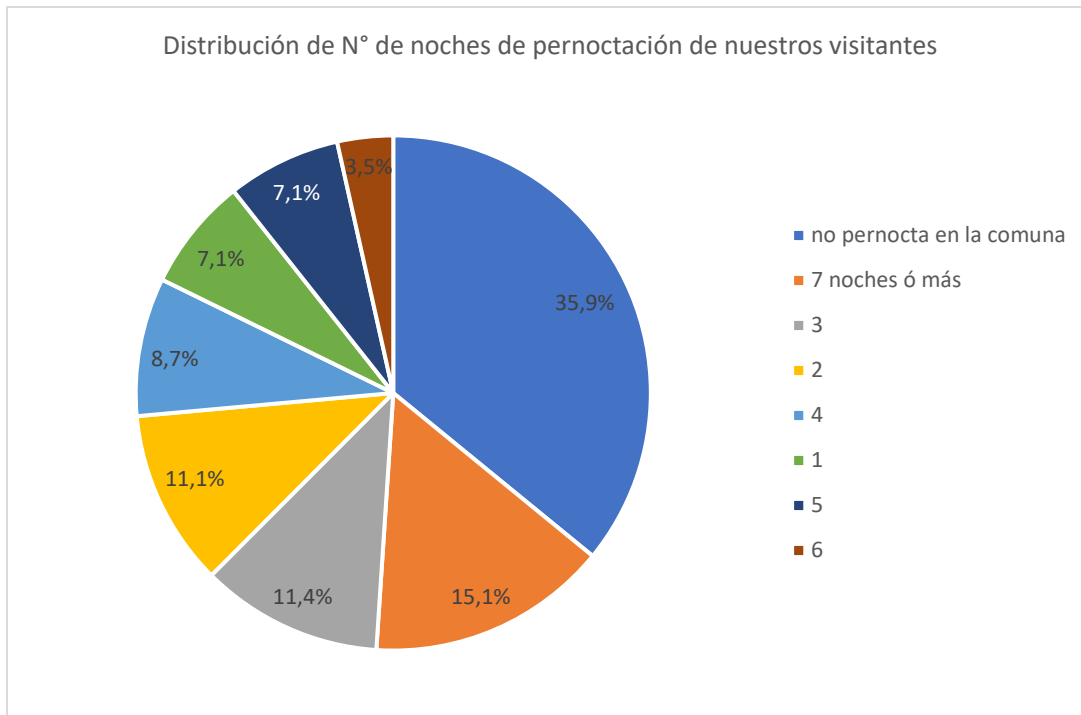


Gráfico N°11 – Elaboración Propia

Como es la tendencia una gran cantidad de turistas que nos visitan no pernoctan en la comuna (un 35,9%), y lo siguen aquellos turistas que pernoctan 7 noches o más (15,1%).

Este último dato lo justificamos debido a que un gran número de visitantes está alojando en casa de familiares y amigos, como también que la estadía en campings que por lo general es más prolongada que en otro tipo de alojamiento.

En tercer y cuarto lugar aparecen los datos más recurrentes de los últimos años que los que se quedan en la comuna lo hacen por dos a tres noches
El promedio de noches de pernoctación es 4 y la moda son 7 noches.

Transporte utilizado para visitar la comuna

Cantidad de Encuestados: 4.339

Cantidad de Respuestas: 1.322

Aquí el informador tiene hasta 2 opciones para ingresar por encuestado

Los datos fueron recopilados tanto en OITs y terreno.

Transporte	N° Resp.
Automóvil Particular	1063
Bus	177
Automóvil Arrendado	19
Bicicleta	17
Motorhome	7
Avión	12
Motocicleta	15
Tour Operador	12
Total	1322

Tabla N°14 – Elaboración propia

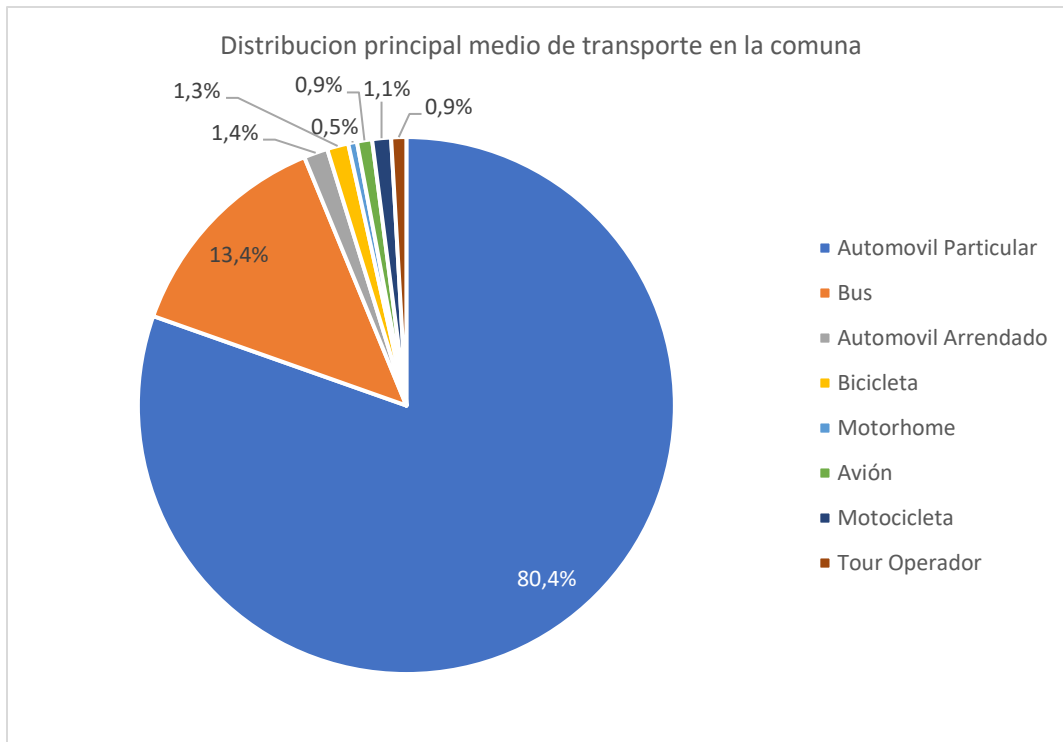


Gráfico N°12 – Elaboración Propia

Se mantiene la tendencia en que los visitantes llegan en sus propios vehículos (80,4%) y en segundo lugar en bus (13,4%).

Tipo de alojamiento utilizado para pernoctar en la comuna.

Cantidad de Encuestados: 4.339

Cantidad de Respuestas: 1,293

Aquí el informador solo tiene la opción de ingresar solo una opción por encuestado.

Datos recopilados sólo en OITs.

Principal tipo de alojamiento	N° resp.
Cabaña /Domo	815
Camping	232
Casa de Familiares/Amigos	87
Hostal /Residencial /Hostel / B&B/ Hostería	61
Hotel /Lodge	59
Motorhome	19
Casa de Veraneo / 2a Vivienda	18
colegio (campeonato de futbol)	1
Sede	1
Total	1293

Tabla N°15 – Elaboración propia

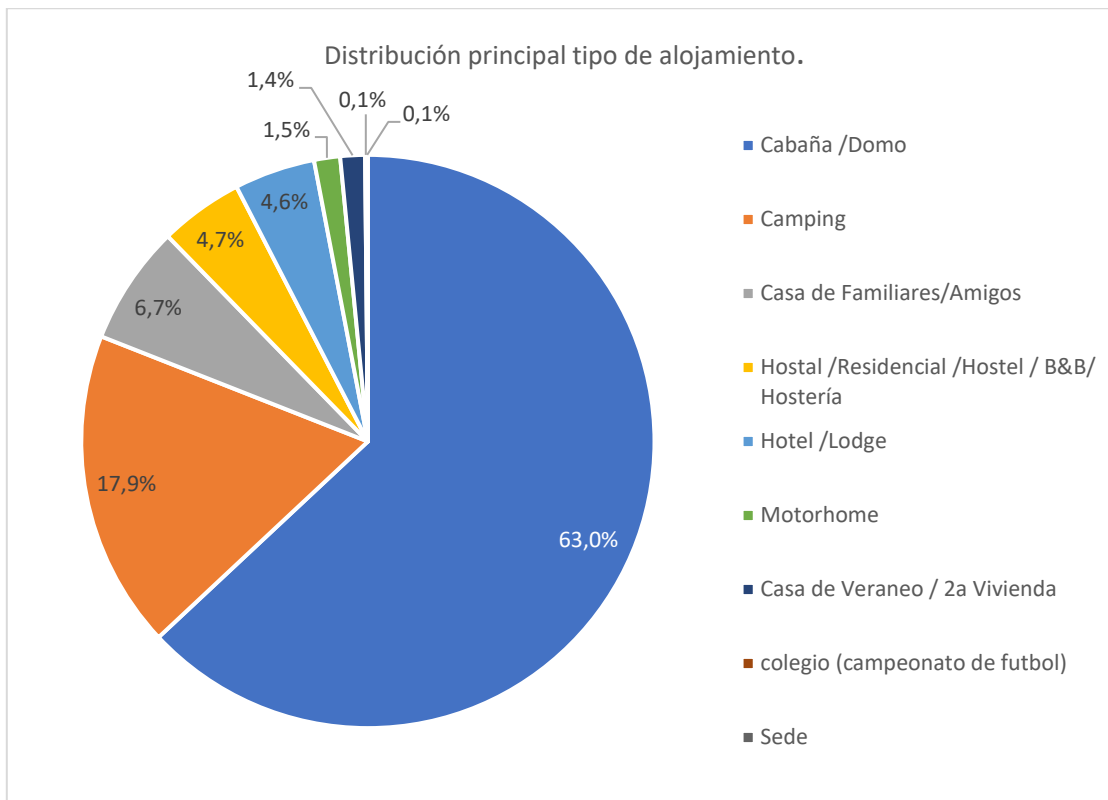


Gráfico N°13 – Elaboración Propia

De los que alojan en la comuna la primera opción son las cabañas y domos (63%) y en segundo lugar los campings con un 17,9%. En tercer lugar, aparece el alojamiento en casa de familiares y amigos (dato que explica estancias prolongadas y ahorro en gasto de alojamiento)

Presupuesto diario en alimentación, transporte, alojamiento y tickets de atracciones en nuestra comuna por grupo de viaje

Cantidad de Encuestados: 4.339

Cantidad de Respuestas: 1.853

Aquí el informador solo tiene la opción de ingresar solo una opción por encuestado.

Los datos fueron recopilados tanto en OITs y terreno.

El Promedio diario per cápita de gasto en alojamiento, alimentación, transporte y actividades turísticas es de **\$35.351**.

Medios de información para planificar la primera visita en la comuna.

Cantidad de Encuestados: 634

Cantidad de Respuestas: 998

Aquí el informador tiene hasta dos opciones para ingresar por encuestado.

Los datos fueron recopilados tanto en OITs y terreno.

Medio de Info.	N° Resp.
Amigos/familia	466
Redes sociales	332
Páginas web	125
Televisión	68
Tour Operador	4
Periódicos /Revistas impresas	2
Muni. Padre Las Casas	1
Total	998

Tabla N°16 – Elaboración propia

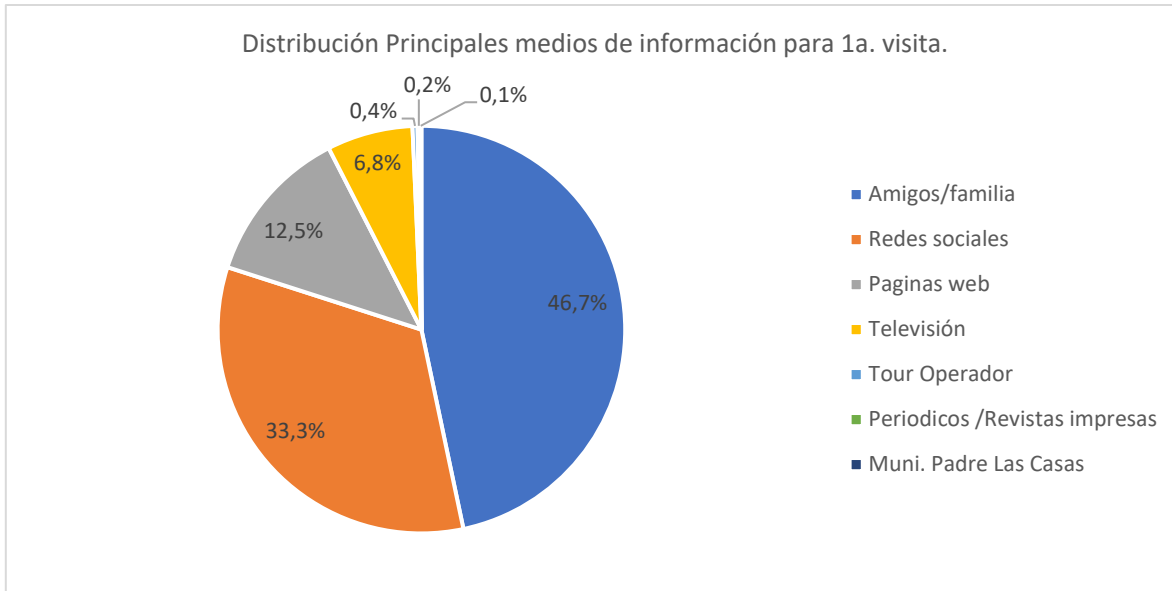


Gráfico N°14 – Elaboración Propia

Vemos que la mayoría se informó a través de familiares y/o amigos y redes sociales.

PERFIL DEL VISITANTE DE ENERO 2022

Tenemos que nuestro turista, en una su gran mayoría son chilenos, principalmente de las regiones Metropolitana, Bio Bio y La Araucanía. De comunas como Santiago, Temuco, Concepción, Maipú, Villarrica, Puente Alto y Chillán. Que nos visitan por primera o segunda vez, viniendo en su automóvil propio. Con el interés de conocer las playas lacustres o de ríos, parques y reservas nacionales; como también de visitar a familiares y amigos. Viaja en grupos en su mayoría de 2 a 4 personas, con una edad promedio de 33 años. No pernoctan en la comuna y si lo hace, son 7 noches principalmente, y alojando en cabañas. Tiene un gasto promedio per cápita diario de \$35.351 (considerando alojamiento, transporte, alimentación y actividades turísticas). Planifica su viaje por recomendaciones de familiares/amigos y por redes sociales.

SITUACION COMUNAL

A los visitantes se le hicieron tres preguntas generales.

Indique ¿Cuál fue su principal problema durante su estadía en nuestra comuna?

La pregunta era abierta

2.642 respuestas.

Los datos fueron recopilados tanto en OITs y terreno.

Presentamos aquellos problemas mencionados por sobre un 1 % de representación.

Principal problema encontrado	N° resp.
Ningún problema	1274
Limpieza y mantención de ciudades/pueblos/ playas.	446
Dificultades en la accesibilidad y caminos para los diferentes atractivos	205
Precios elevados	184
Falta de oferta y/o calidad de actividades/panoramas	120
Infraestructura turística	61
Estacionamientos	49
Falta de baños públicos	47
Falta de basureros	39
Falta de oferta y/o calidad de Gastronomía	30
Falta de oferta y/o calidad de alojamientos	30
Otros	157
Total	2642

Tabla N°17 – Elaboración propia

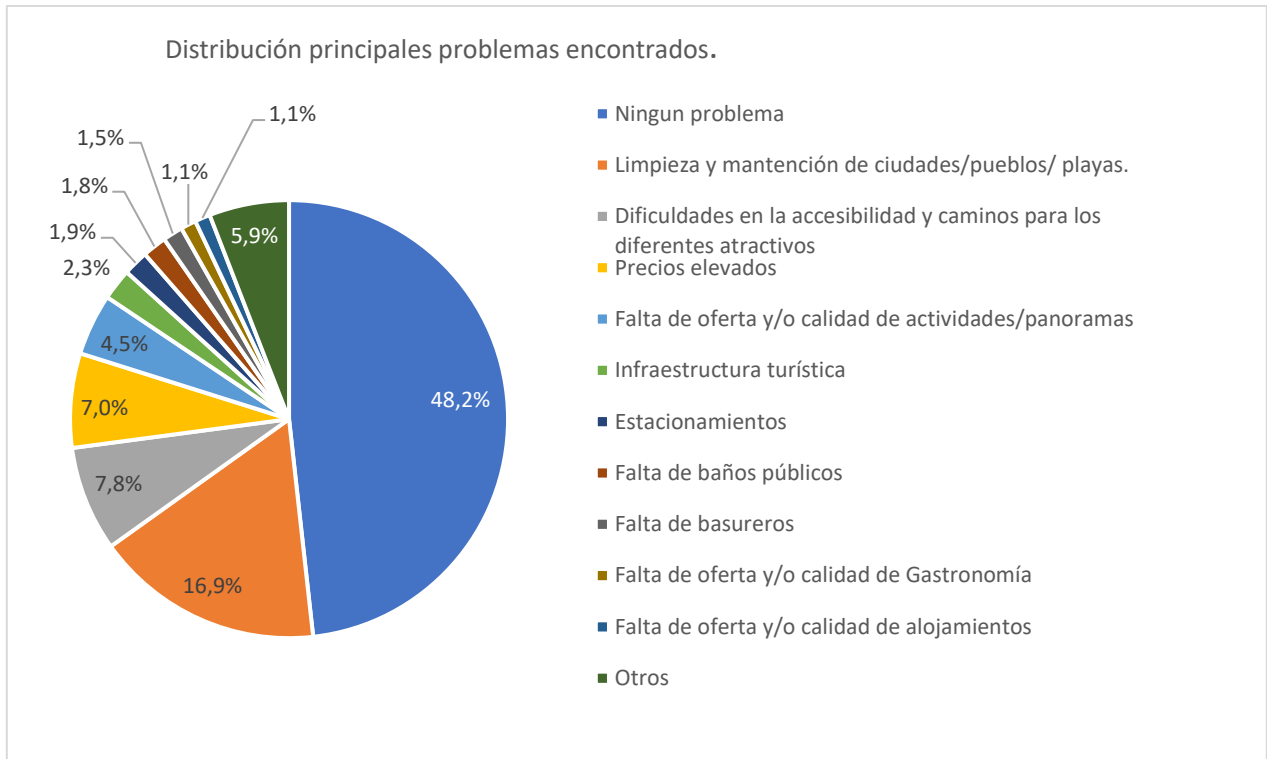


Gráfico N°15 – Elaboración Propia

Vemos que en una mayoría la comuna no presentó problemas para los visitantes, pero de aquellos que manifestaron alguna inconveniencia lo más recurrente fue lo relacionado con la limpieza de playas/ciudades/pueblos, la accesibilidad y dificultad para acceder a los diferentes atractivos y los elevados precios de los servicios turísticos en general.

¿Que no encontró o le gustaría encontrar en la comuna?

La pregunta era abierta

216 respuestas.

Los datos fueron recopilados sólo en OITs.

Que no encontraron en su visita	N° resp.
Encontré todo lo que buscaba	196
Valores económicos	15
Casas de cambio	2
folletos y mapas en ingles	1
Ruta de trote segura	1
Variedad de restaurant	1
Total	216

Tabla N°18 – Elaboración propia

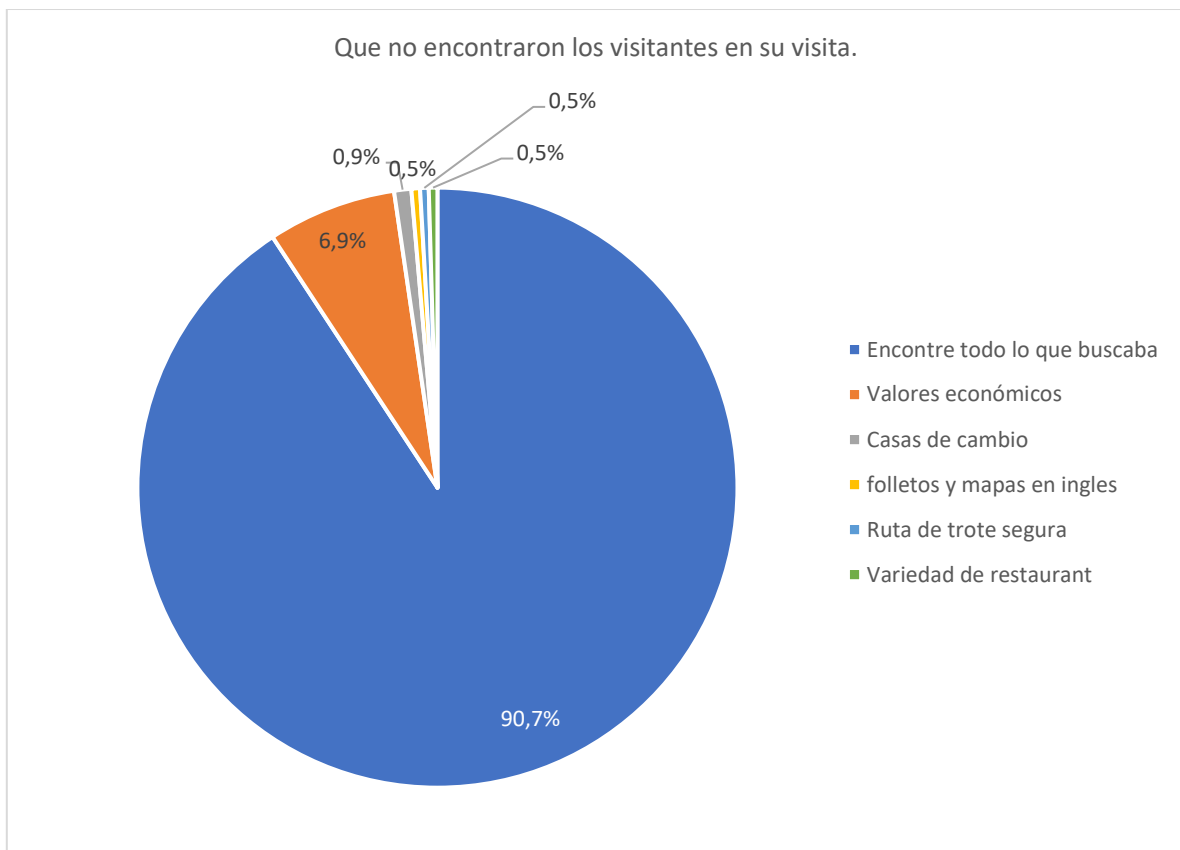


Gráfico N°16 – Elaboración Propia

La mayor parte de los visitantes encontraron todo lo que buscaban. Pero algunos no encontraron precios accesibles en el destino.

¿Cómo considera la atención que recibió en la comuna?

Los datos fueron recopilados sólo en OITs.

198 encuestados respondieron de la siguiente forma:

Atención	N° Enc.
Excelente	89
Muy buena	109
Regular	0
Mala	0
Pésima	0
Total	198

Tabla N°19 – Elaboración propia

Todos consideraron la atención de nuestra gente como muy buena e incluso excelente

II CANTIDAD DE VISITANTES POR OIT – ENERO 2023

En las oficinas contabilizamos cuando entra un grupo a solicitar información como una sola visita (1) independiente si en este grupo son dos, tres o más personas. Finalmente, al cierre de la jornada en cada oficina se contabilizan cuantas visitas diarias llegaron y se informa. Las oficinas que proveyeron de información solo fueron Panguipulli, Coñaripe, Neltume y Liquiñe, Choshuenco y el CIT de Panguipulli.

Oficina de Coñaripe

Total visitas en el mes	1276
Promedio de visitas diarias	42.53
Mínima diaria	24
Máximo diaria	62

Tabla N°20 – Elaboración propia

Oficina Liquiñe

Total visitas en el mes	243
Promedio de visitas diarias	8.1
Mínima diaria	1
Máximo visitas diarias	22

Tabla N°21 – Elaboración propia

Oficina Panguipulli (OIT)

Total visitas en el mes	434
Promedio de visitas diarias	14.5
Mínima diaria	7
Máximo visitas diarias	28

Tabla N°22 – Elaboración propia

Oficina Neltume

Total visitas en el mes	300
Promedio de visitas diarias	10
Mínima diaria	3
Máximo visitas diarias	20

Tabla N°23 – Elaboración propia

Oficina Choshuenco

Total visitas en el mes	342
Promedio de visitas diarias	11.4
Mínima diaria	0
Máximo visitas diarias	18

Tabla N°24 – Elaboración propia

CIT Panguipulli

Total visitas en el mes	515
Promedio de visitas diarias	17.2
Mínima diaria	5
Máximo visitas diarias	33

Tabla N°25 – Elaboración propia

En nuestras oficinas de información turística tenemos un total de 3.110 grupos de visitantes que fueron atendidos por nuestros informadores.

III ANÁLISIS VISITAS PAGINA sietelagos.cl

Desde el 1 al 31 de enero la página registró 21.641 usuarios. A continuación, mostramos las estadísticas más relevantes.

Tipos de búsqueda.

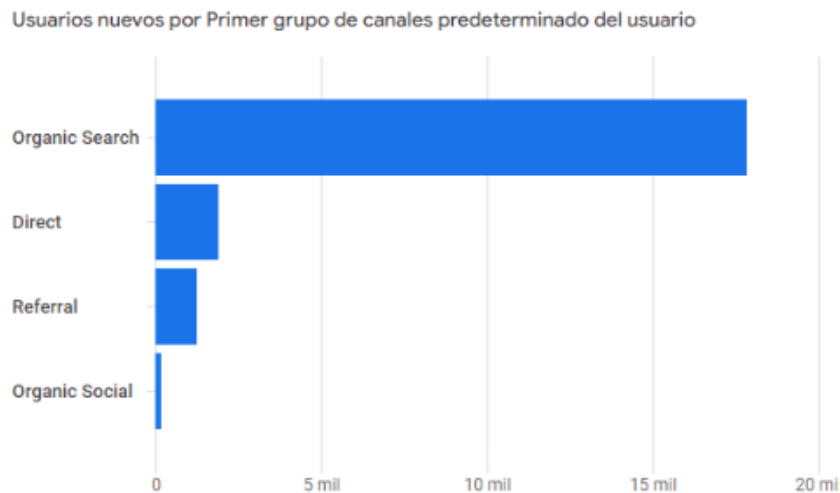


Gráfico N°16 – Elaboración Google Analytics.

En el gráfico n° 16 vemos que gran parte de los usuarios entra a la página web con una búsqueda previa en un navegador. En segundo lugar, llegan digitando directamente la página, en tercer lugar, desde algún enlace localizado en otra página web y por último llegan a la página con un vínculo desde una red social como Facebook o Instagram.

Principales idiomas de navegación en la página

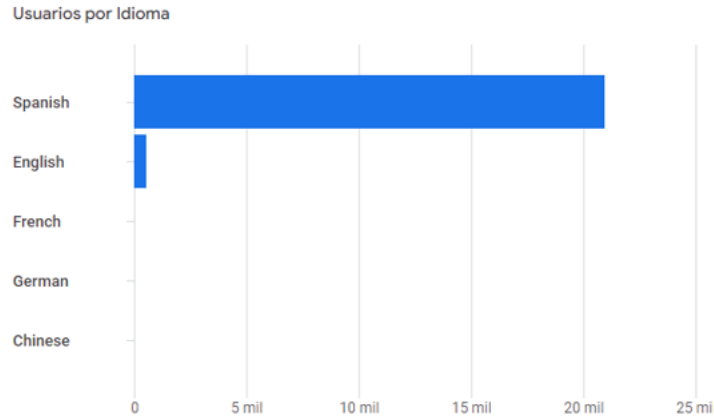


Gráfico N°17 – Elaboración Google Analytics.

El gráfico n° 17 refleja que el idioma español es el principal de navegación debido al alto porcentaje de turismo nacional que recibe la comuna.

Principales usuarios por país

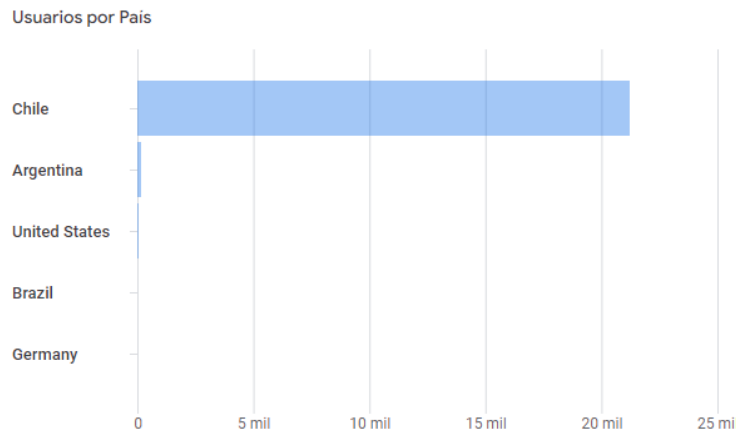


Gráfico N°18 – Elaboración Google Analytics

Como era de esperar en el gráfico n° 18 vemos que los principales usuarios son chilenos y en segundo lugar los argentinos que es coincidente con la nacionalidad de nuestros visitantes.

Principales usuarios por ciudad chilena

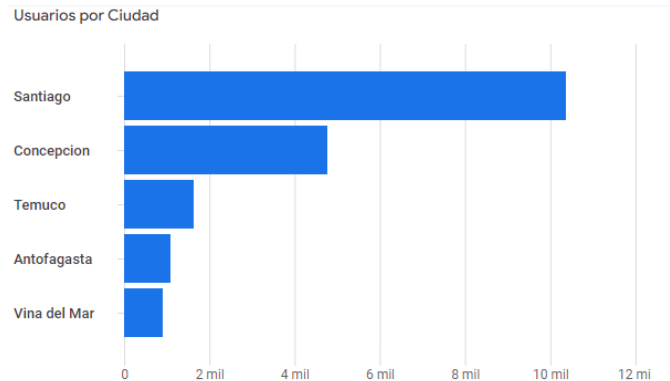


Gráfico N°19 – Elaboración Google Analytics

El gráfico n° 19 refleja que son los santiaguinos quienes más buscan información sobre la comuna en nuestra página y en segundo lugar los penquistas. Los tres primeros lugares coinciden con las ciudades/comunas de origen de nuestros visitantes.

Los lugares más visitados dentro de la página web.

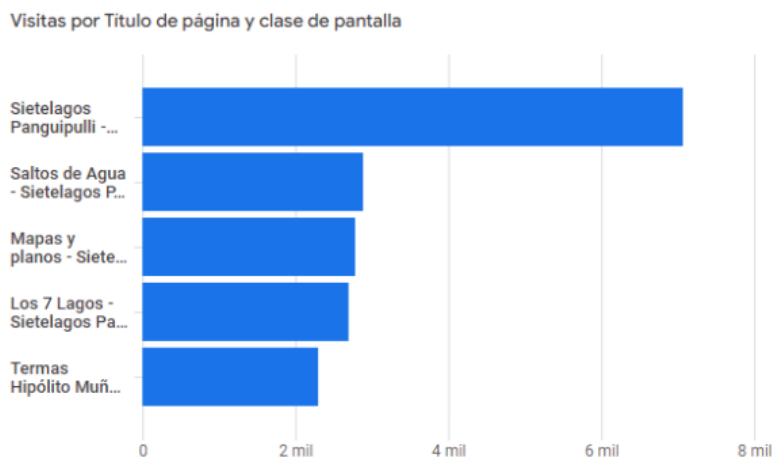


Gráfico N°20 – Elaboración Google Analytics

En el gráfico n° 20, obviando el primer lugar que es home (el inicio de la página), lo más buscado son los saltos de agua y después los mapas y planos.

PERFIL DEL NAVEGANTE EN SIETELAGOS.CL ENERO 2023

El visitante de nuestra página web es en una amplia mayoría chileno, principalmente de Santiago y Concepción. Navega en español, llega a la página a través de una búsqueda previa en un navegador. Lo que más visita en la página son los saltos de agua, lagos y mapas/planos.

IV ANÁLISIS RRSS.

Las redes sociales que más usamos son Facebook e Instagram. Aquí mostramos visualizaciones, perfiles y otros.

General	FB	IG
Alcance	171.726	59.961
Visitas a la Página/Perfil Mes	3.475	3.646
Visitas a la Página/Perfil Día	116	122
Nuevos Seguidores	134	971
Me gusta Totales	16.765	15.581
Engagement	74	
Post	-	39
Reels	-	41
Publicaciones y Reel	20	7
Historias	83	83
Interacciones	1.885	181.192
Clicks en la web	-	138
Sexo	FB	IG
Mujeres	66,5%	60%
Hombre	33,5%	40%
Principales Ciudades	FB	IG
Santiago	18	36
Panguipulli	12	5
Valdivia	6	5
Temuco	7	4
Villarrica	3	4
Principales Países	FB	IG
Chile	92	92
Argentina	4	2
Brasil	0	0.3

Tabla N° 26 – Elaboración Propia

V CONCLUSIONES

Como enero y febrero son los meses que registra más visitas la comuna, se reforzó la toma de encuestas con encuestadores en terreno y de apoyo a ciertas oficinas, dando como resultado datos que no obtenemos frecuentemente en las oficinas de información turística de la comunas. En las encuestas en terreno los encuestados en su mayoría son accesibles y amables para responder las preguntas que se les formulan y entablan conversaciones amigables con los encuestadores lo que favoreció mucho en aumentar el tamaño de la muestra y la cantidad de preguntas respondidas por cada encuesta, superando entre las oficinas y en terreno los 4.000 encuestados durante el mes de enero en la comuna.

Destacamos que el nuevo diseño de la encuesta cuenta con más aceptación de parte de los informadores de las oficinas que realizan un esfuerzo dentro de sus funciones por recopilar la mayor cantidad de información de los visitantes. El nuevo diseño aportó nuevos datos, como las comunas de origen de los visitantes, que nos permite concluir la cercanía de algunos visitantes como también identificar el perfil popular de los visitantes de la ciudad de Santiago.

Nos sorprendieron datos como la disminución del turista extranjero que en segundo semestre del año pasado superaba el 20% , pero que en este mes superó levemente el 10%. El rango etario bajó un poco en comparación también con los últimos meses del año pasado, debido a que los grupos de viaje están compuestos por niños y adolescentes más que en el resto del año. Otro dato que nos sorprendió es que bajo la cantidad de personas que no pernoctan en la comuna, siempre comparando con el año pasado y por otro lado también se extendió la cantidad de noches de alojamiento de las personas que pernoctaron en la comuna, principalmente por visitas en casa de familiares y/o amigos, como también por la elección del camping como tipo de alojamiento, que por lo general es un alojamiento de estancias más largas.

Sigue siendo un atractivo para los turistas nuestros parques, saltos de agua y lagos de la comuna que son las principales motivaciones para visitarnos.

Otro dato que no nos sorprendió, porque la sensibilidad in situ de los empresarios ya lo manifestaba en sus comentarios, como también la información que nos entregaban los informadores y encuestadoras en sus conversaciones con los turistas, es que éstos últimos venían a gastar de manera muy austera en comparación por ejemplo con el año pasado para la misma fecha. Situación que se explica en gran parte por el medio a una recesión económica, a cuidar el dinero frente a la inflación y de disponer de una oferta monetaria bien menor comparada con el año

pasado a igual periodo. Situación que se reflejó en la poca afluencia en los restaurantes, cabañas, y demanda de otros servicios turísticos.

Si bien es cierto que el tema de la limpieza es recurrente en las dificultades que manifiesta la gente en su visita, nos apareció como datos frecuentes la poca accesibilidad de precios económicos en servicios turísticos en general.

Como enero y febrero es el periodo de vacaciones de la gran mayoría de chilenos, que son la gran mayoría de nuestros visitantes lo que genera un gran aumento de la búsqueda de información a través de nuestra página web y redes sociales, situación que se reflejó en los datos expuestos en este informe.

Destacamos la función de nuestras oficinas y puntos extra de información turística que recibieron aproximadamente 3.110 grupos de visitantes durante el mes, en especial a la de Coñaripe, que tiene un porcentaje de realización de encuestas sobre el total de sus visitas muy cercano al 100%.