

Estadísticas Febrero 2023



Autor: Alejandro Molina
Departamento Turismo

CONTENIDO

I ENCUESTA FEBRERO 2023 A VISITANTES COMUNA DE PANGUIPULLI	3
INFORMACIÓN GENERAL	3
Lugares considerados y fechas.....	3
Lugar Donde se realizaron las encuestas.	4
Motivo consulta en las oficinas OITs.....	6
DATOS DEL VISITANTE	8
Procedencia del visitante	8
Comuna de los visitantes chilenos.	9
País de los visitantes extranjeros.	11
Cuántas veces han viajado a la comuna los visitantes.....	12
Motivos por los cuales visita la comuna	13
Cuántas personas conforman el grupo de viaje (incluyendo al encuestado)	16
Rango etario de los grupos de viaje (incluyendo al entrevistado).....	17
Cantidad de noches que pasan los visitantes en la comuna	18
Transporte utilizado para visitar la comuna.....	20
Presupuesto diario en alimentación, transporte, alojamiento y tickets de atracciones en nuestra comuna por grupo de viaje	21
Medios de información para planificar la primera visita en la comuna.....	21
PERFIL DEL VISITANTE DE FEBRERO 2022	22
SITUACION COMUNAL	23
II CANTIDAD DE VISITANTES POR OIT – FEBRERO 2023	25
III ANÁLISIS VISITAS PAGINA sietelagos.cl	26
IV ANÁLISIS RRSS	31
V CONCLUSIONES	32

I ENCUESTA FEBRERO 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 1 al 27 de febrero 2023.

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 recopilados solo para las oficinas de información turística.

Aquí el informador podía registrar solo una opción.

Oficina	N° Enc.
OIT Coñaripe	1201
CIT Panguipulli (Costanera)	312
OIT Panguipulli	388
OIT Neltume	13
OIT Choshuenco	192
Feria Costumbrista Liquiñe	130
OIT Liquiñe	41
Total	2277

Tabla N° 1 – Elaboración propia

Tenemos un total de 2.277 encuestados en los puntos fijos de toma de encuestas.

Vemos que la mayor cantidad de encuestas fueron realizadas en Coñaripe y en Panguipulli.

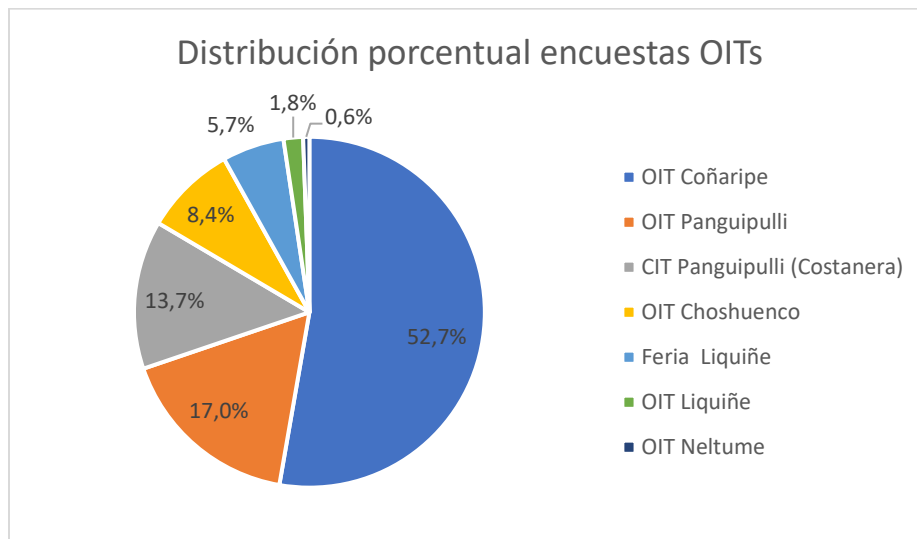


Gráfico N° 1 – Elaboración Propia

- 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:

Opción	N° enc.
SI	481
NO	1166
Total	1647

Tabla N° 2 – Elaboración propia

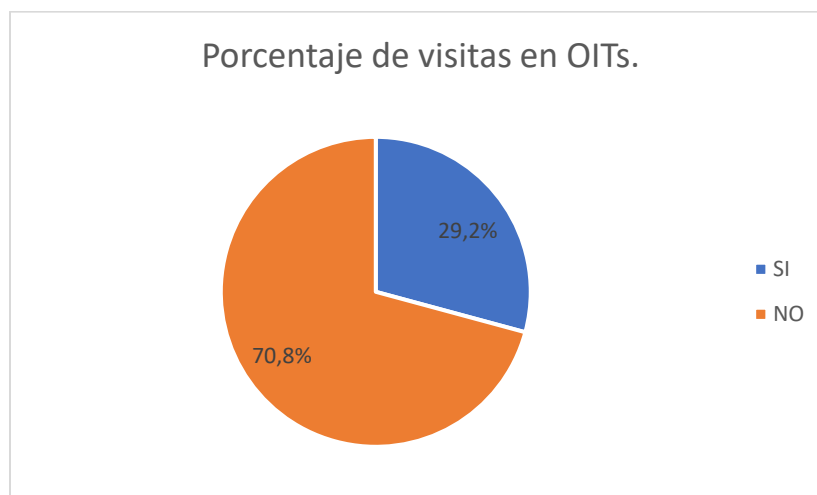


Gráfico N° 2 – Elaboración Propia

Vemos que un considerable porcentaje de los encuestados (29,2%) manifiesta haber visitado una oficina de información turística municipal.

Tenemos un total de **3.924 encuestados** en terreno y oficinas. Consideramos una muy buena muestra en consideración a periodos anteriores

Motivo consulta en las oficinas OITs.

Cantidad de Encuestados: 2.277

Cantidad de Respuestas: 2.426

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 más recurrentes	N° resp.
que hacer en la comuna	715
Cómo llegar a	427
Ruta Termal	305
Mapa/ folletería	223
Alojamiento	126
Saltos de agua	114
Huilo - Huilo	104
Playas lacustres o de ríos	83
horario de buses	72
Paso fronterizo	37
Parques Nacionales	35
Turismo aventura	33
Otros	152
Total	2426

Tabla N°3 – Elaboración propia

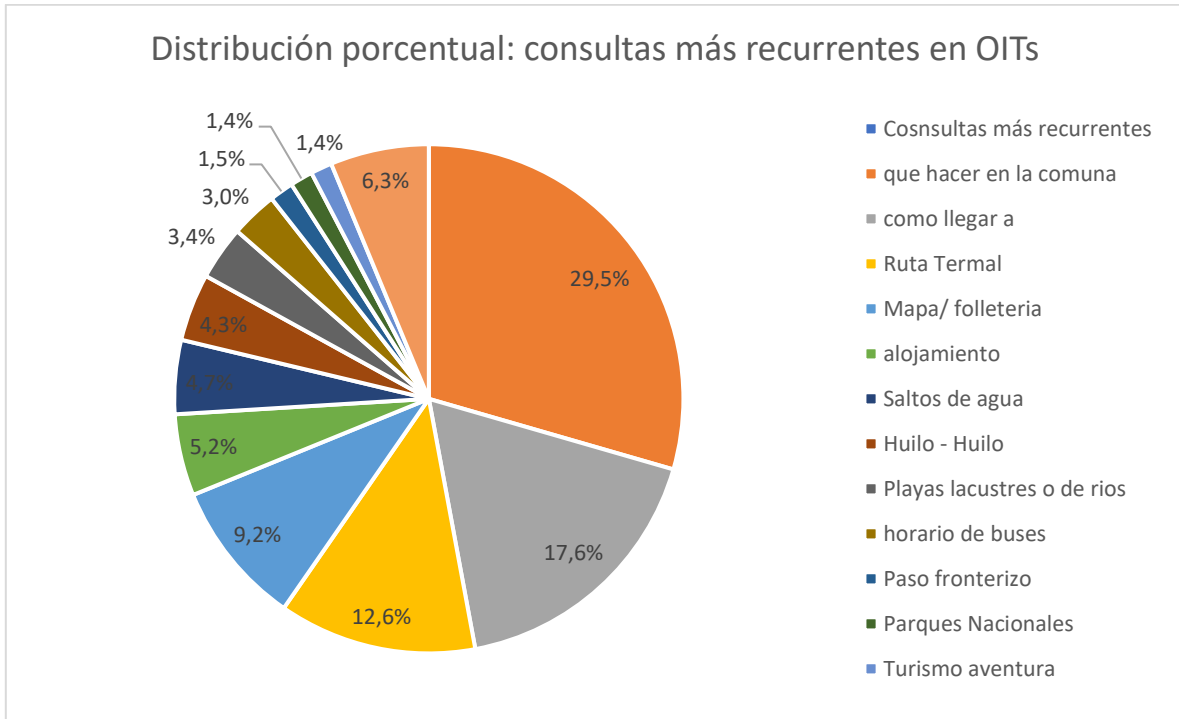


Gráfico N° 3 – Elaboración Propia

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: 3.924

Cantidad de Respuestas: 3.924

Aquí el informador podía registrar solo una opción.

Datos de las OITs y terreno.

Procedencia	N° Resp.
Chile	3679
Extranjero	245
Total	3924

Tabla N°4 – Elaboración propia



Gráfico N° 4 – Elaboración Propia

Este mes el porcentaje de visitas extranjeras es de un 6,2%. Se vuelve a los porcentajes de años anteriores, bajando en comparación a los datos que teníamos los meses del segundo semestre 2022.

Comuna de los visitantes chilenos.

Cantidad de Encuestados: 3.679

Cantidad de Respuestas correctas: 3.678

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° Resp.	%
Santiago	572	15,6%
Temuco	216	5,9%
Concepción	160	4,4%
Maipú	126	3,4%
Puente Alto	124	3,4%
Valdivia	117	3,2%
Chillán	88	2,4%
San Bernardo	75	2,0%
La Florida	64	1,7%
Los Ángeles	59	1,6%
Villarrica	58	1,6%
Puerto Montt	56	1,5%
Viña del Mar	54	1,5%
Valparaíso	53	1,4%
Rancagua	52	1,4%
Ñuñoa	50	1,4%
Loncoche	49	1,3%
Pudahuel	49	1,3%
Conchalí	45	1,2%

Comuna	N° Resp.	%
Talca	44	1,2%
Providencia	37	1,0%
Colina	34	0,9%
La Pintana	34	0,9%
Osorno	32	0,9%
Buín	31	0,8%
Peñalolén	31	0,8%
La Cisterna	29	0,8%
Recoleta	29	0,8%
Las Condes	27	0,7%
Antofagasta	26	0,7%
Cerrillos	26	0,7%
La Serena	26	0,7%
Lampa	25	0,7%
Talagante	25	0,7%
Melipilla	24	0,7%
Quilicura	24	0,7%
Otros	1107	30,1%
Total	3678	100,0%

Tabla N°5 – Elaboración propia

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

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

Tabla N°6 – Elaboración propia

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

Otras Reg.
Temuco
Concepción
Valdivia
Chillán
Los Ángeles
Villarrica
Puerto Montt
Viña del Mar
Valparaíso
Rancagua

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 como Santiago, Maipú, Puente Alto. Y respecto a las otras regiones del país, las comunas son de distancias cercanas a excepción de Rancagua, Valparaíso y Viña del Mar.

País de los visitantes extranjeros.

Cantidad de Encuestados: 245

Cantidad de Respuestas: 247

Aquí el informador podía registrar abiertamente la nacionalidad del encuestado.

Los datos fueron recopilados tanto en OITs y terreno.

Pais	N° Resp.
Argentina	117
Alemania	20
Colombia	20
EE.UU	15
Francia	12
España	10
Canadá	9
Inglaterra	8
Perú	6
Brasil	4
Italia	4
Uruguay	3
Venezuela	3
Bélgica	2
Holanda	2
Suecia	2
Australia	1
Bolivia	1
Dinamarca	1
Haití	1
Nueva Zelanda	1
Panamá	1
Paraguay	1
República Dominicana	1
Rusia	1
Suiza	1
Total	247

Tabla N°8 – Elaboración propia

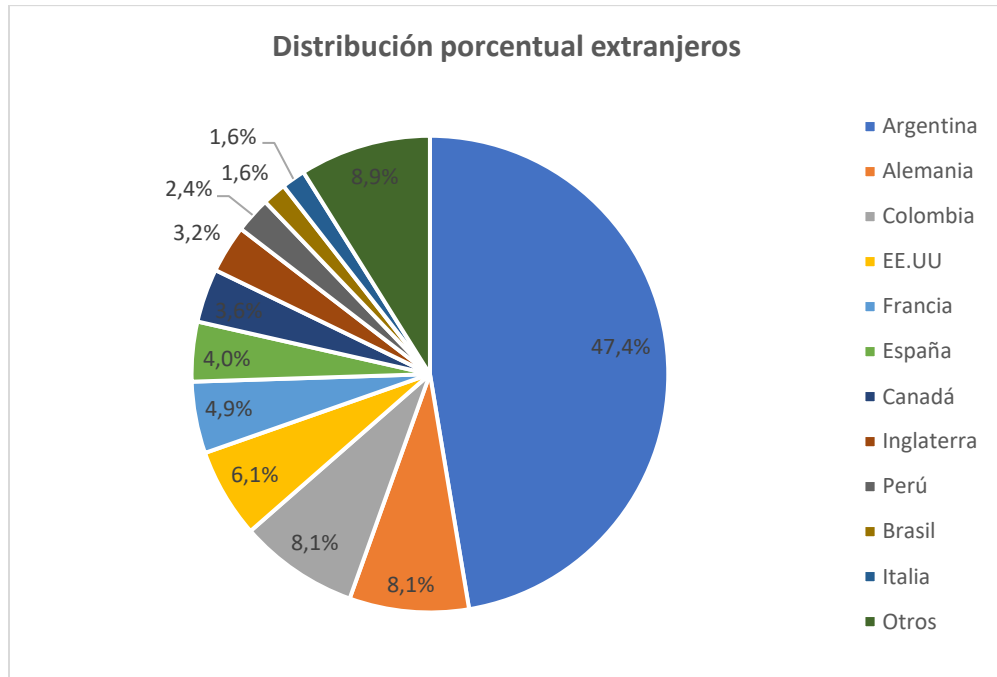


Gráfico N°5 – Elaboración Propia

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

Cuántas veces han viajado a la comuna los visitantes

Cantidad de Encuestados: 3.924

Cantidad de Respuestas: 2.176

Aquí el informador podía registrar una sola opción

Los datos fueron recopilados tanto en OITs y terreno.

N° visita	Total
1	808
2	855
3	263
4 o más	250
Total	2176

Tabla N°9 – Elaboración propia

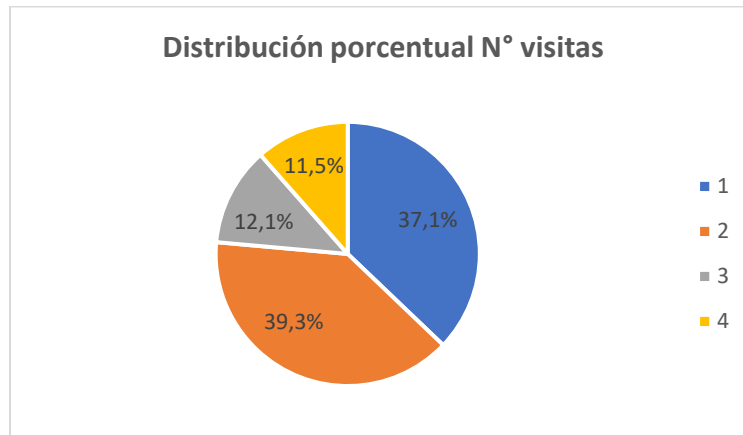


Gráfico N°6 – Elaboración Propia

La gran mayoría de los turistas por primera y segunda vez.

Motivos por los cuales visita la comuna

Cantidad de Encuestados: 3.924

Cantidad de Respuestas: 3.265

Aquí el informador podía registrar hasta dos opciones

Los datos fueron recopilados tanto en OITs y terreno.

Presentamos a continuación aquellos motivos sobre un 0,4% de representación.

MOTIVOS	N° Resp.
Playas lacustres o de ríos	1280
Parques/Reservas Nacionales y/o Humedales	843
Termas	303
Visitas familia /amigos	258
Turismo Aventura (rafting / kayak/ mountain bike / ascensos alta montaña/ etc)	197
Turismo Rural /étnico	152
Gastronomía	98
Vacaciones	68
Negocio /Trabajo	22
Pesca Recreativa	13
Otros	31
Total	3265

Tabla N°10 – Elaboración propia

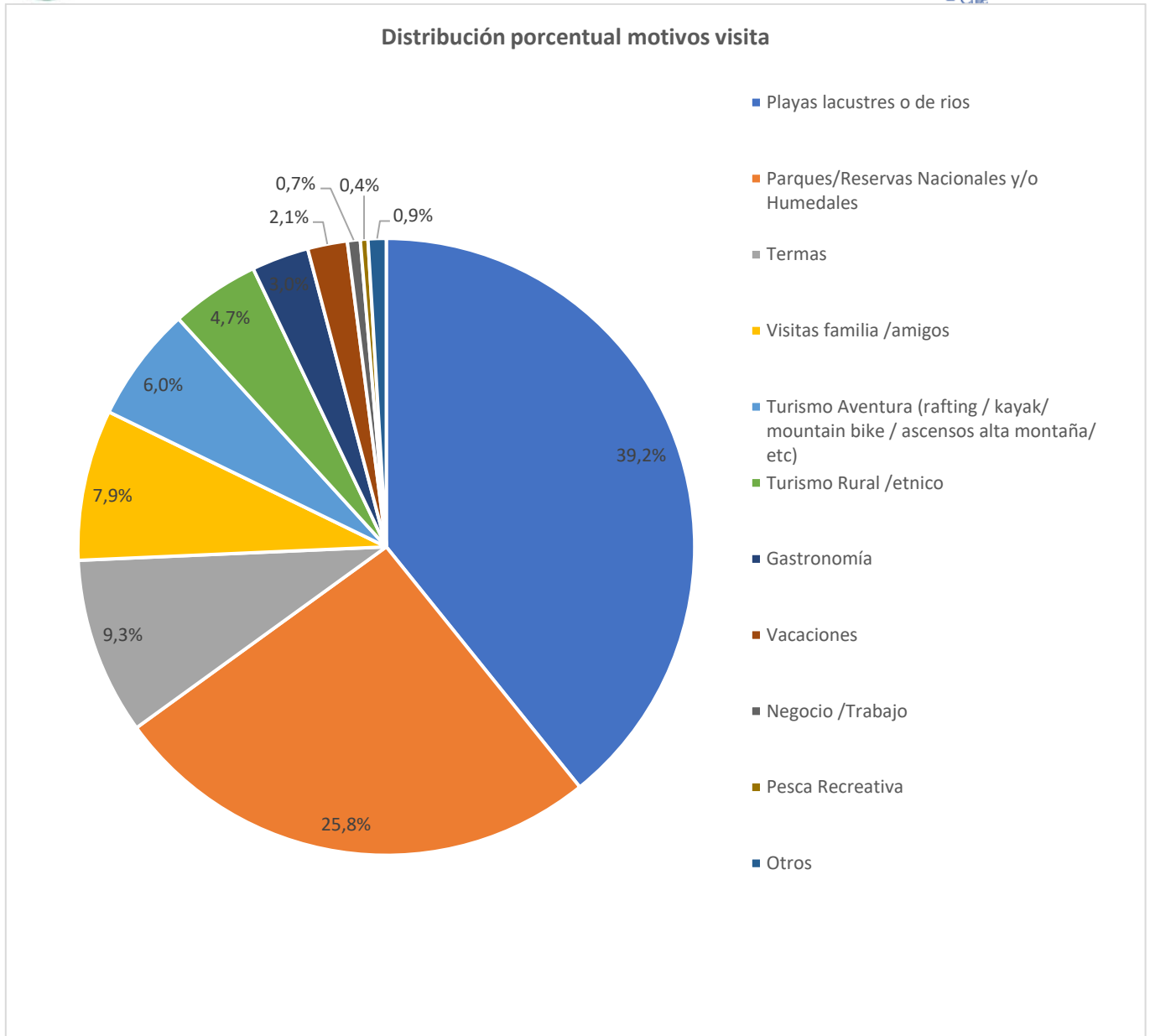


Gráfico N°7 – Elaboración Propia

Vemos que el principal interés es visitar playas lacustres o de ríos, Parques/Reservas Nacionales y/o Humedales y en tercer lugar centros termales.

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

Cantidad de Encuestados: 3.924

Cantidad de Respuestas: 3.924

Aquí el informador podía registrar solo una opción.

Los datos fueron recopilados tanto en OITs y terreno.

N° Int.	N° Resp.
1	165
2	1204
3	781
4	919
5	433
6	210
7	66
8	57
9	28
10 o más personas	61
Total	3924

Tabla N°11 – Elaboración propia

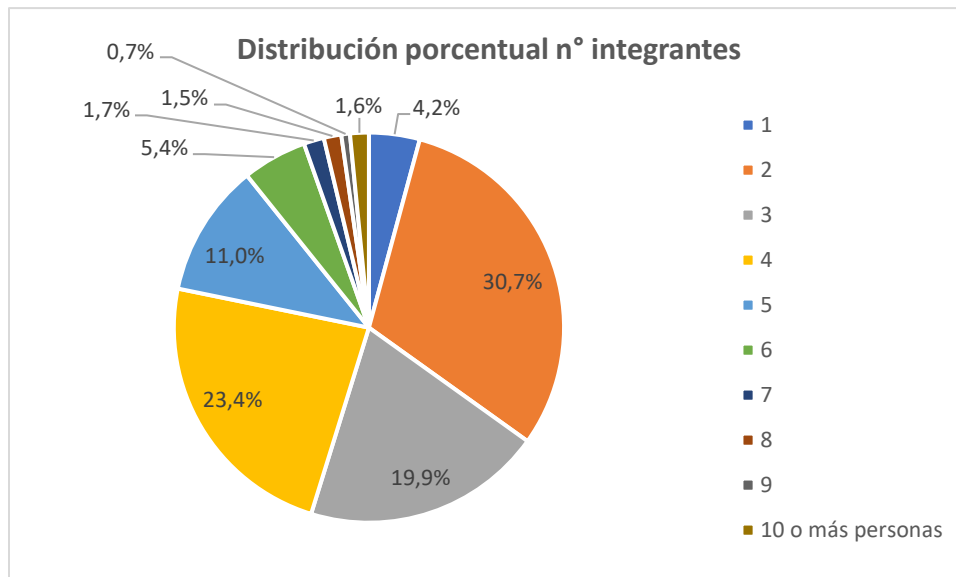


Gráfico N°8 – Elaboración Propia

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

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

Cantidad de Encuestados: 3.924

Cantidad de respuestas: 1.984

Aquí el informador tiene varias opciones para registrar.

Los datos fueron recopilados tanto en OITs y terreno.

Rango etario	f
0- 12 años	846
13 - 18 años	939
19 - 30 años	1931
31 - 45 años	2414
46 - 60 años	1086
61 -75 años	194
Mayores de 75 años	25
Total	7435

Tabla N°12 – Elaboración propia

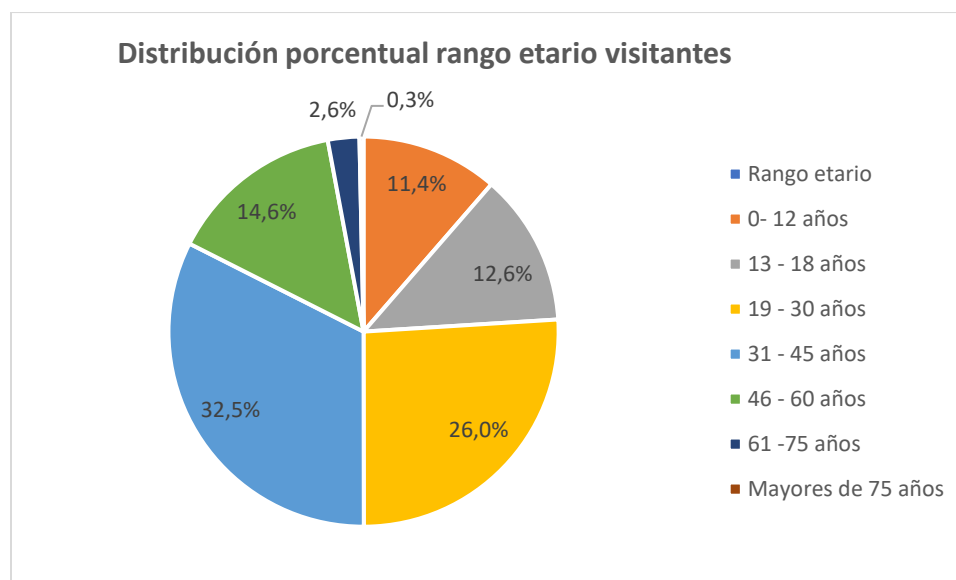


Gráfico N°9 – Elaboración Propia

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 31.13 años.

Cantidad de noches que pasan los visitantes en la comuna

Cantidad de Encuestados: 3.924

Cantidad de Respuestas: 3.924

Aquí el informador tiene solo una opción para registrar.

Los datos fueron recopilados tanto en OITs y terreno.

N° noches	N° Resp.
1	190
2	374
3	392
4	347
5	287
6	186
7 noches ó más	556
no pernocta en la comuna	1592
Total	3924

Tabla N°13 – Elaboración propia

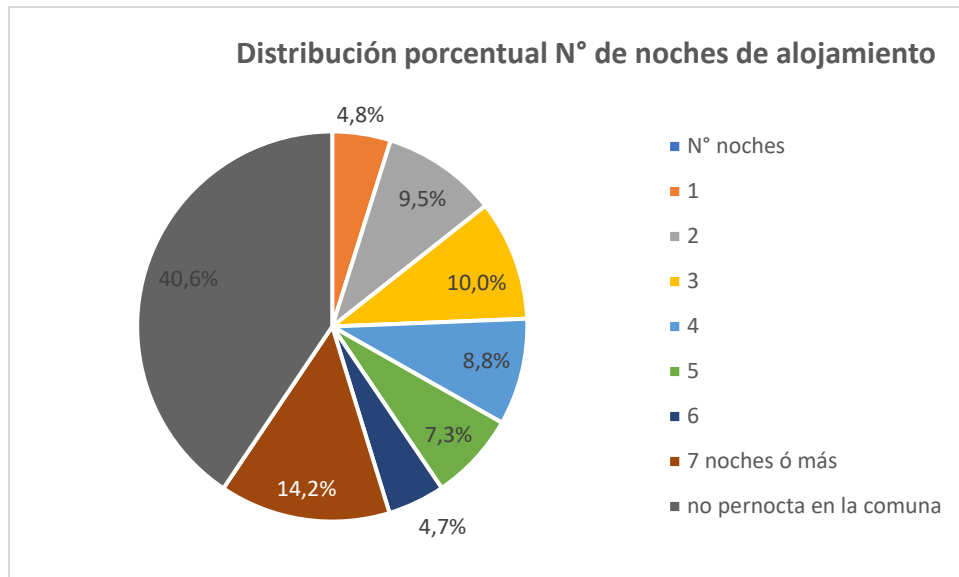


Gráfico N°10 – Elaboración Propia

Como es la tendencia una gran cantidad de turistas que nos visitan no pernoctan en la comuna (un 40,6%), y lo siguen aquellos turistas que pernoctan 7 noches o más (14,2%).

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.

Transporte utilizado para visitar la comuna

Cantidad de Encuestados: 4.339

Cantidad de Respuestas: 2.685

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	2021
Bus	547
Automóvil Arrendado	34
Bicicleta	25
Tour Operador	18
Motocicleta	15
Motorhome	13
Avión	9
Mochileando	3
Total	2685

Tabla N°14 – Elaboración propia

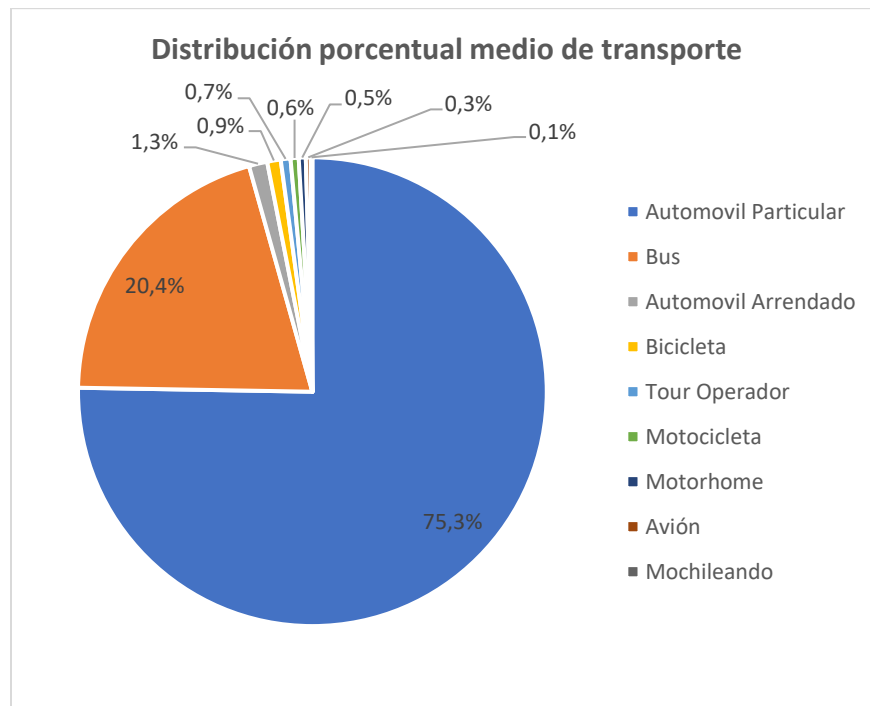


Gráfico N°11 – Elaboración Propia

Se mantiene la tendencia en que los visitantes llegan en sus propios vehículos (75,3%) y en segundo lugar en bus (20,4%).

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: 1.735

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 **\$26.843**

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

Cantidad de Encuestados: 808

Cantidad de Respuestas: 832

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

Los datos fueron recopilados tanto en OITs y terreno.

Medio Info.	N° Resp.
Amigos/familia	428
Redes sociales	256
Páginas web	105
Televisión	39
Ruta	4
Total	832

Tabla N°15 – Elaboración propia

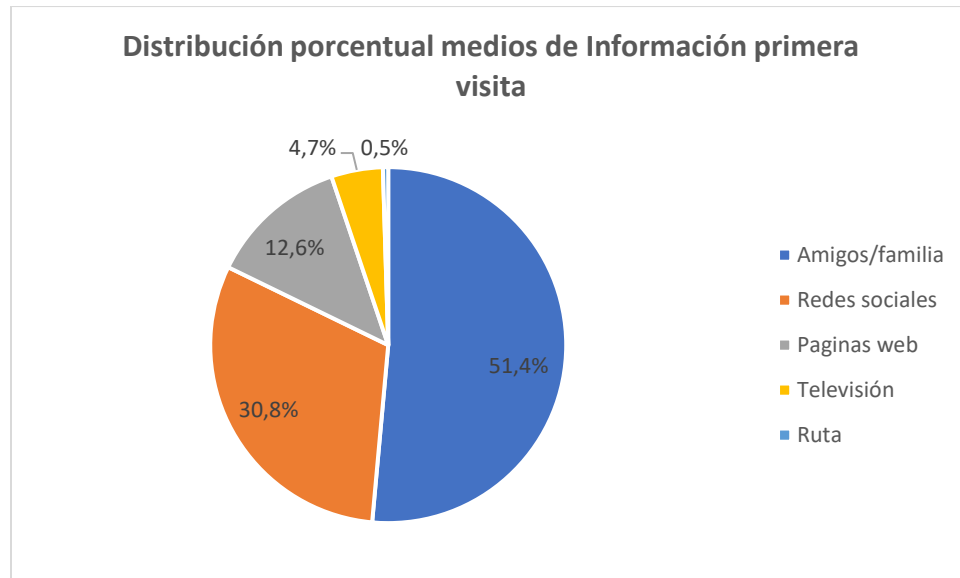


Gráfico N°12 – Elaboración Propia

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

PERFIL DEL VISITANTE DE FEBRERO 2022

Tenemos que nuestro turista, en una su gran mayoría son chilenos, principalmente de comunas como Santiago, Temuco, Concepción, Maipú, Puente Alto y Valdivia. 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. Viaja en grupos en su mayoría de 2 a 4 personas, con una edad promedio de 31,13 años. No pernoctan en la comuna y si lo hace, son 7 noches principalmente. Tiene un gasto promedio per cápita diario de \$26.843 (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

2.342 respuestas.

Los datos fueron recopilados tanto en OITs y terreno.

Presentamos aquellos primeros 10 problemas más recurrentes.

MOTIVOS	N° Resp.
Ningún problema	1515
Limpieza y mantención de ciudades/pueblos/playas.	444
Dificultades en la accesibilidad y caminos para los diferentes atractivos	175
Falta de cajeros	36
Señal Internet/teléfono	33
Falta de oferta y/o calidad de actividades/panoramas	24
Falta de oferta y/o calidad de alojamientos	21
Infraestructura turística	19
Falta Información/Locomoción	14
Falta de oferta y/o calidad de Gastronomía	13
Otros	48
Total	2342

Tabla N°16 – Elaboración propia

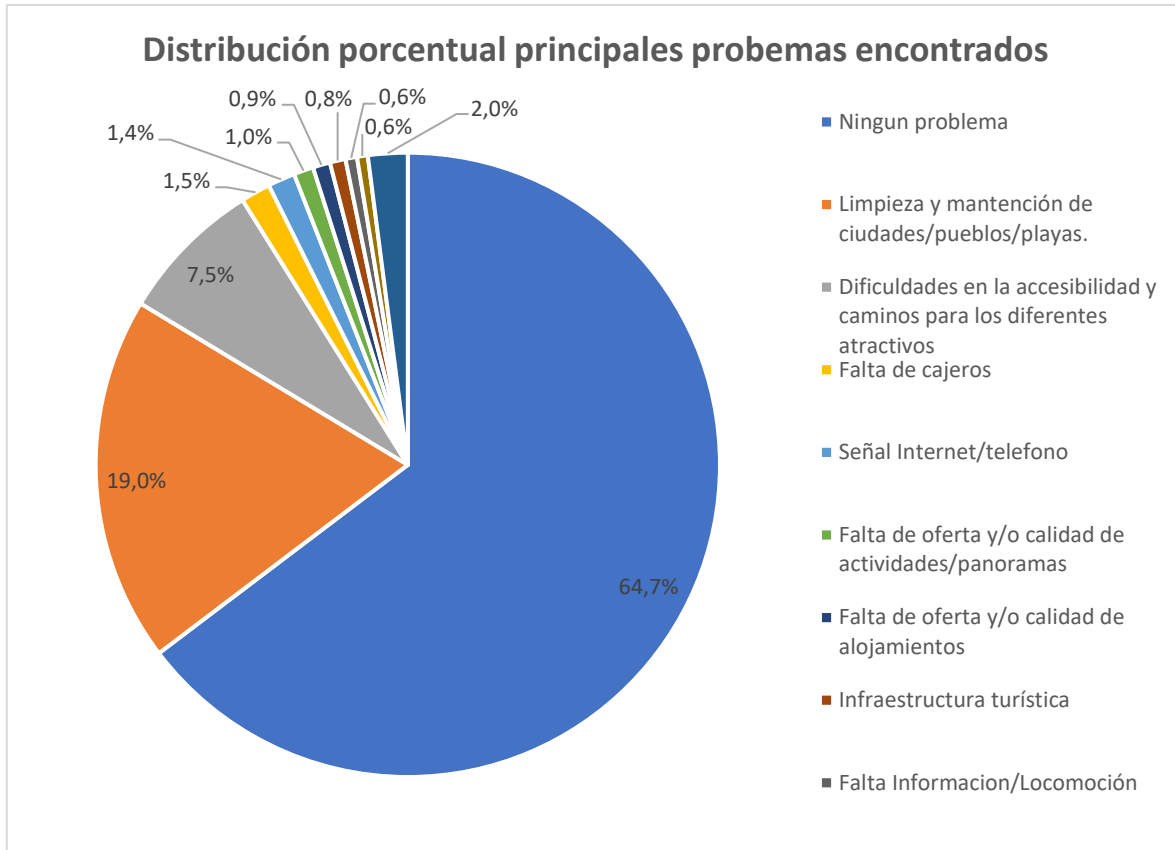


Gráfico N°13 – Elaboración Propia

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.

II CANTIDAD DE VISITANTES POR OIT – FEBRERO 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.

Oficina de Coñaripe

Total visitas en el mes	197
Promedio de visitas diarias	6,4
Mínima diaria	0
Máximo diaria	27

Tabla N°17 – Elaboración propia

Oficina Panguipulli

Total visitas en el mes	113
Promedio de visitas diarias	3,6
Mínima diaria	0
Máximo visitas diarias	9

Tabla N°18 – Elaboración propia

Oficina Liquiñe

Total visitas en el mes	13
Promedio de visitas diarias	0,4
Mínima diaria	0
Máximo visitas diarias	2

Tabla N°19 – Elaboración propia

Oficina Neltume

Total visitas en el mes	70
Promedio de visitas diarias	2,3
Mínima diaria	0
Máximo visitas diarias	8

Tabla N°20 – Elaboración propia

En nuestras oficinas de información turística tenemos un total de 393 grupos de visitantes que fueron atendidos por nuestros informadores entre el 1 al 28 de Febrero.

III ANÁLISIS VISITAS PAGINA sietelagos.cl

Desde el 1 al 28 de febrero la página registró 21.691 usuarios. A continuación, mostramos las estadísticas más relevantes.

Tipos de búsqueda.

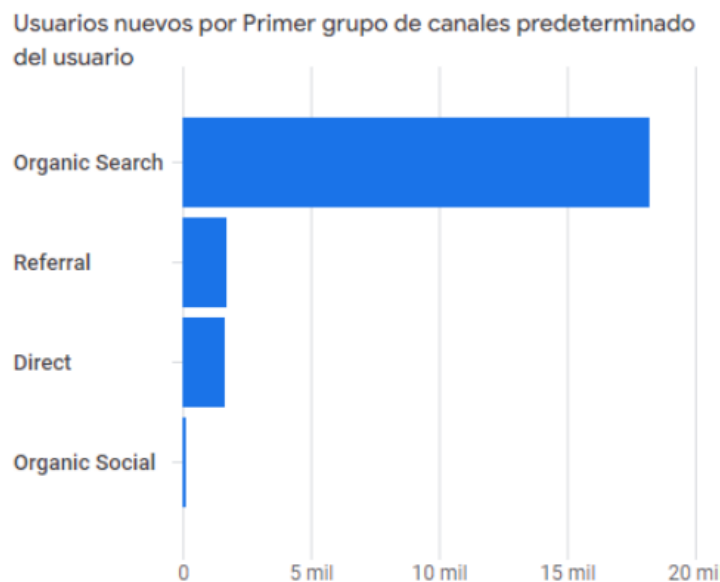


Gráfico N°14 – Elaboración Google Analytics.

En el gráfico n° 14 vemos que gran parte de los usuarios entra a la página web con una búsqueda previa en un navegador. En segundo lugar desde algún enlace localizado en otra página web, en tercer lugar, llegan digitando directamente la página 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

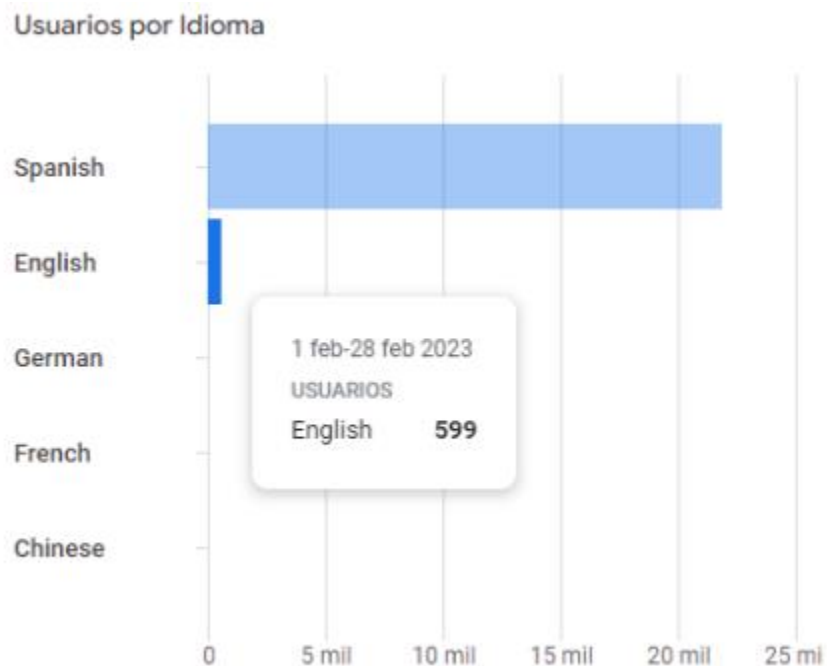


Gráfico N°15 – Elaboración Google Analytics.

El gráfico n° 15 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

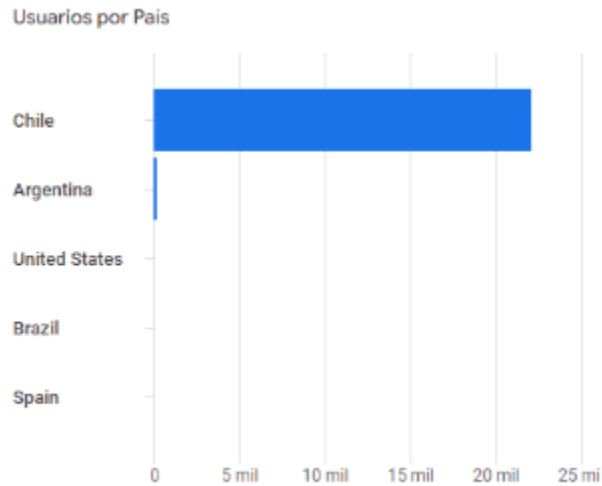


Gráfico N°16 – Elaboración Google Analytics

Como era de esperar en el gráfico n° 16 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

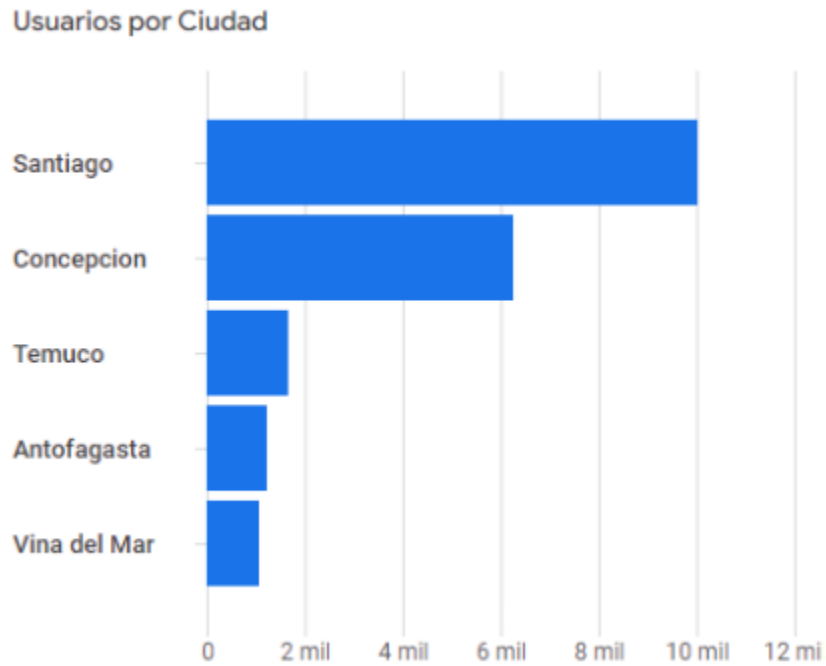


Gráfico N°17 – Elaboración Google Analytics

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.

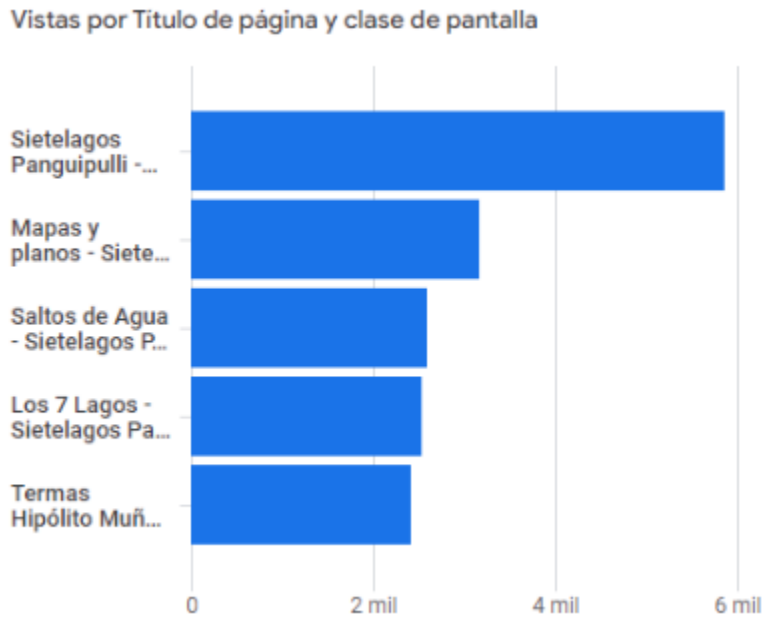


Gráfico N°18 – Elaboración Google Analytics

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 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	140.896	17.373
Visitas a la Página/Perfil Mes	2.437	3.034
Visitas a la Página/Perfil Día	81	101
Nuevos Seguidores	85	479
Engagement	1	7,9
Publicaciones y Reel	13	4
Historias	100	100
Interacciones	1.434	1.373
Clicks en la web	-	147
Sexo	FB	IG
Mujeres	67%	60%
Hombre	33%	40%
Principales Ciudades	FB	IG
Santiago	18	36
Panguipulli	12	7
Valdivia	7	4
Temuco	7	3
Villarrica	3	2
Principales Países	FB	IG
Chile	93,82	94,99
Argentina	3,53	2,03
España	0,37	
EEUU	0,31	0,44
Brasil	0	0,36
Colombia		0,24
México	0,2	0,23
Perú	0,15	

Tabla N° 21 – 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 comuna. 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 3.000 encuestados durante el mes de febrero 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.

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 bajó 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 llamativo, 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 a 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.