





Valle del Maipo, Santiago

REPORTE SANTIAGO WELCOME POINT ENERO - DICIEMBRE 2019 CIFRAS POR PAÍS DE RESIDENCIA

Financiado por:



Con la colaboración de:



Con el apoyo de:





Conocer de primera fuente el perfil y los gustos de cada uno de los turistas extranjeros que visitan la Región Metropolitana, es uno de los objetivos del Estudio Santiago Welcome Point, iniciativa de la Corporación Regional de Santiago que, desde 2018, ha logrado determinar las características de quienes con su visita han convertido al turismo en un eje fundamental del desarrollo económico, social y cultural de nuestra Región.



Creo que para seguir afianzando esta capital como destino turístico y continuar haciendo de Santiago una ciudad más amable y agradable, no sólo se necesitan cifras y números, sino también información personalizada que apunte siempre a enriquecer la experiencia de los turistas.

Por lo mismo, en mi calidad de presidente del directorio de la Corporación Regional de Santiago, estoy convencido de que la entrega de información oportuna, pública y libre de manipulaciones, proporcionada voluntariamente por los propios turistas, permitirá seguir perfeccionando la oferta de la industria y consolidando a la Región Metropolitana como uno de los destinos más amigables, visitados y acogedores del continente. Santiago Welcome Point representa una real oportunidad para el turismo, el crecimiento y la mejora en la calidad de vida de todas y todos los habitantes de la región.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'F. Guevara', written in a fluid, cursive style.

Felipe Guevara
Intendente de la Región Metropolitana

RESUMEN METODOLÓGICO

Ficha técnica estudio Santiago Welcome Point

TIPO DE ESTUDIO

Estudio cualitativo no experimental con muestra dirigida y nivel de profundidad exploratorio y descriptivo, a través de la aplicación de encuestas a turistas extranjeros que se acercan al Stand Santiago Welcome Point, ubicado en la salida internacional del aeropuerto Comodoro Arturo Merino Benítez, al momento de arribar al país.

OBJETIVO GENERAL

Determinar características de los turistas extranjeros que ingresan al país por el aeropuerto internacional de Santiago y que pernoctan en la Región Metropolitana, por medio de la aplicación de un cuestionario que permita la caracterización de los mercados emisores de turistas extranjeros residentes en: Argentina, Brasil, Estados Unidos, Australia, México, Colombia, España, Uruguay, Alemania, Francia, Inglaterra, Canadá, Italia y China, para contribuir con la inteligencia de mercado de la industria turística regional y facilitar la gestión de las empresas y el destino turístico.

GRUPO OBJETIVO

Turistas extranjeros mayores de 18 años residentes en los 14 países definidos, que ingresan al país por el aeropuerto internacional de Santiago y que pernoctan en la Región Metropolitana por motivos clasificados como turísticos, según la Organización Mundial de Turismo (OMT)

INSTRUMENTO

Encuestas presenciales con cuestionario estructurado, aplicadas a través del sistema online Google Forms, utilizando tablets.

Parque Metropolitano, Santiago



TRABAJO DE CAMPO

El Stand Santiago Welcome Point, ubicado en la salida internacional del aeropuerto Comodoro Arturo Merino Benítez, se encuentra totalmente habilitado para el levantamiento de datos, con personal capacitado y bilingüe, para la aplicación de la encuesta.

METODOLOGÍA DE MUESTREO

14 muestras independientes (1 por cada país) de tipo dirigida, ya que la encuesta es aplicada a aquellos turistas que se acercan al stand SWP y acceden a contestar la encuesta a voluntad. Las muestras han sido definidas en función de la temporalidad del levantamiento de datos y análisis por cada mercado: Argentina, Brasil y Estados Unidos levantamiento de datos y análisis mensual; Australia, México, Colombia, España, Uruguay, Alemania, Francia, Inglaterra, Italia, Canadá y China levantamiento de datos y análisis anual.

La metodología de muestreo del Estudio Santiago Welcome Point es por cuotas, con selección no aleatoria de los entrevistados (muestreo no probabilístico), por tanto, la muestra se representa a sí misma y no a un total poblacional.

TIPO DE ANÁLISIS

Análisis descriptivo de resultados muestrales no expandidos, por mercado (país). Es un estudio cualitativo, que no pretende hacer expansiones de los resultados a la población total o al “universo” y que, únicamente a nivel exploratorio, es representativo de la realidad contingente.

(*) Nota: Para obtener más información del Estudio Santiago Welcome Point revisar: corporacionrm.cl, sección Estudios.

(**) Nota: El estudio es desarrollado por la Corporación de Desarrollo Territorial y Turístico de la Región Metropolitana, el cual tiene por objetivo determinar características de los turistas extranjeros que ingresan por el aeropuerto Comodoro Arturo Merino Benítez y que pernoctan en la Región Metropolitana. Este se diferencia metodológicamente del estudio oficial de Turismo Receptivo de la Subsecretaría de Turismo y SERNATUR, puesto que el estudio Santiago Welcome Point se focaliza en la Región Metropolitana, la medición se lleva a cabo al momento de arribar al país y la muestra es de tipo dirigida, ya que la encuesta es aplicada a los turistas que se acercan al Stand y acceden a contestar a voluntad, a diferencia del estudio de Turismo Receptivo que tiene focalización nacional, la medición se lleva a cabo en la zona de embarque internacional y la muestra es aleatoria. Es por ello, que la comparación de los resultados del estudio Santiago Welcome Point con las cifras oficiales del Estudio de Turismo Receptivo puede diferir.



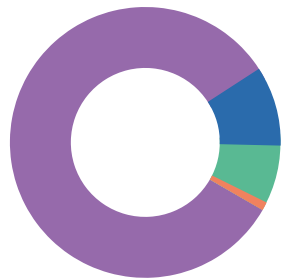
ARGENTINA

A continuación, se presentan los datos obtenidos entre enero y diciembre de 2019, tras la aplicación de 3.779 encuestas válidas (efectivas) a turistas argentinos, cifras que corresponden a resultados muestrales no expandidos.



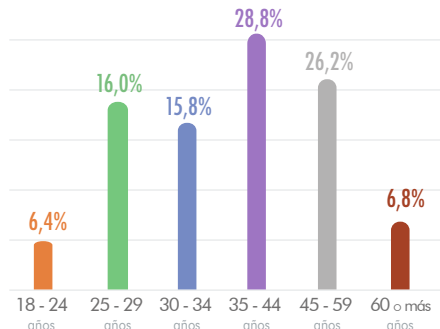
Los resultados obtenidos están directamente vinculados al perfil del turista de vacaciones, recreo y ocio, puesto que el 70,6% de los turistas encuestados lo declaró como su principal motivo de viaje a Santiago.

Principal motivo de viaje a Santiago



- 70,6%** Vacaciones, recreo y ocio
- 18,0%** Visita a familiares y/o amigos
- 11,3%** Negocios y motivos profesionales
- 0,1%** Estudios

Rango etario de los encuestados



Razones más destacadas para escoger a Santiago como destino turístico de vacaciones, recreo y ocio:



91,6% Vida urbana (cultura y patrimonio)



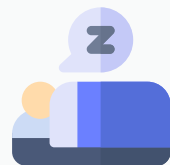
61,8% Compras



54,4% Aventura y naturaleza

*Opción múltiple

Estadía media en Santiago



4,7
Noches

Grupo de Viaje

¿Con quién más viaja y comparte los gastos del viaje?



31,8%
Solo



28,7%
Con la pareja



13,7%
Con amigos

13,2%
Con la familia incluyendo niños



9,6%
Con la familia sin niños



3,0%
Con compañeros de trabajo o estudio



Nº de personas que componen el grupo de viaje



31,8%



43,7%



12,5%



12,0%

o más

2

Personas en promedio

Organización del Viaje

¿Ha organizado y contratado sus servicios y/o actividades de viaje?



52,8%

Yo organizaré mis actividades de forma independiente en el destino



31,3%

Yo mismo he contratado u organizado todos mis servicios y/o actividades, antes de salir de casa



9,1%

He contratado mis servicios y/o actividades mediante Agencia/Tour Operador en mi país, a través de la contratación de un paquete turístico básico (1 o 2 servicios)



5,2%

He contratado mis servicios y/o actividades mediante Agencia/Tour Operador en mi país, a través de un paquete turístico completo (3 o más servicios)



1,6%

Yo contrataré u organizaré mis servicios o actividades en el destino mediante Agencia / Tour Operador

Procedencia

74,7%

Buenos Aires

9,6%

Córdoba

7,6%

Mendoza

2,4%

Santa Fe

Ciudades que en conjunto representan la procedencia específica del 94,3% de los encuestados.



BRASIL

A continuación, se presentan los datos obtenidos entre enero y diciembre de 2019, tras la aplicación de 4.075 encuestas válidas (efectivas) a turistas brasileños, cifras que corresponden a resultados muestrales no expandidos.

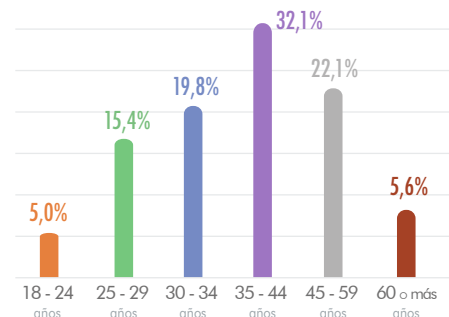


Los resultados obtenidos están directamente vinculados al perfil del turista de vacaciones, recreo y ocio, puesto que el 89,1% de los turistas encuestados lo declaró como su principal motivo de viaje a Santiago.

Principal motivo de viaje a Santiago



Rango etario de los encuestados



Razones más destacadas para escoger a Santiago como destino turístico de vacaciones, recreo y ocio:

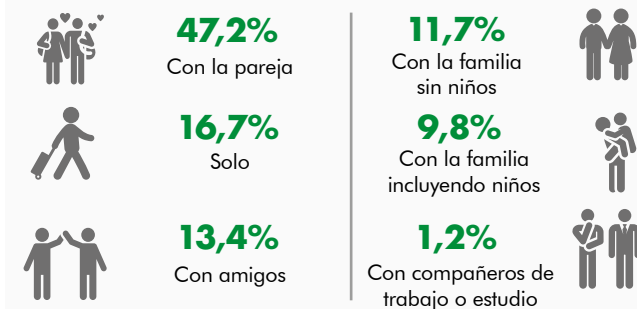


Estadía media en Santiago

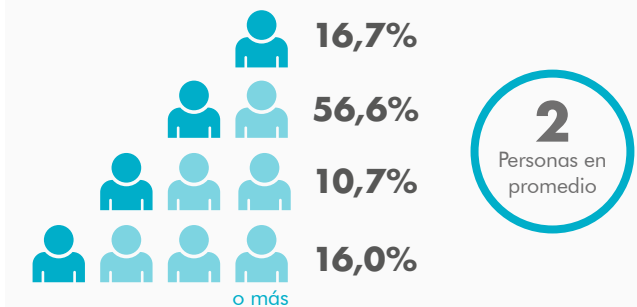


Grupo de Viaje

¿Con quién más viaja y comparte los gastos del viaje?

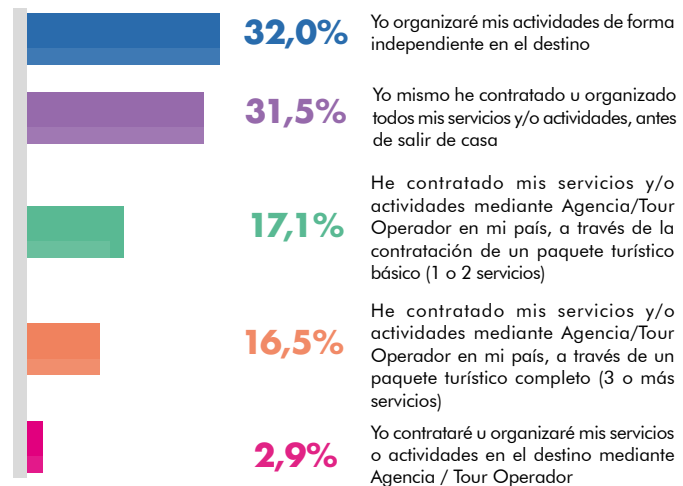


Nº de personas que componen el grupo de viaje

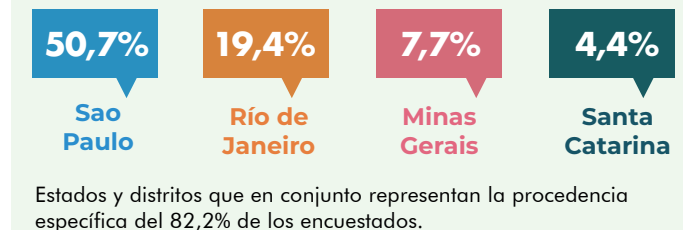


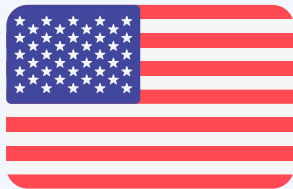
Organización del Viaje

¿Ha organizado y contratado sus servicios y/o actividades de viaje?



Procedencia





ESTADOS UNIDOS

A continuación, se presentan los datos obtenidos entre enero y diciembre de 2019, tras la aplicación de 2.600 encuestas válidas (efectivas) a turistas estadounidenses, cifras que corresponden a resultados muestrales no expandidos.

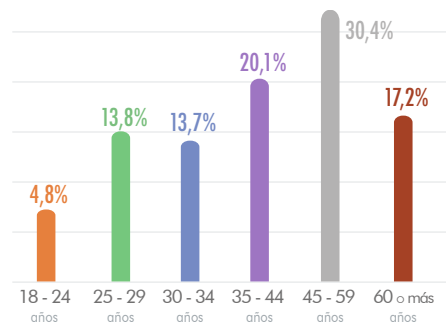


Los resultados obtenidos están directamente vinculados al perfil del turista de vacaciones, recreo y ocio, puesto que el 85,6% de los turistas encuestados lo declaró como su principal motivo de viaje a Santiago.

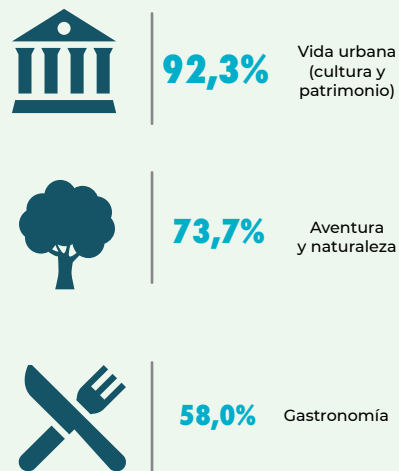
Principal motivo de viaje a Santiago



Rango etario de los encuestados



Razones más destacadas para escoger a Santiago como destino turístico de vacaciones, recreo y ocio:



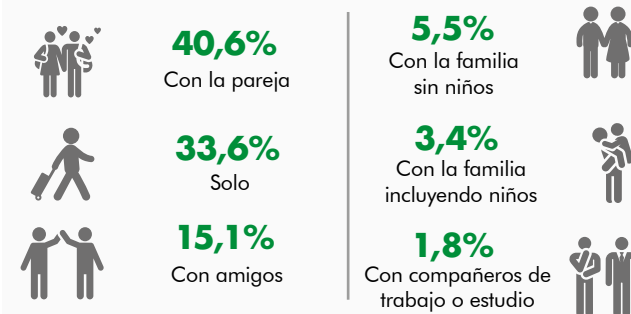
*Opción múltiple

Estadía media en Santiago

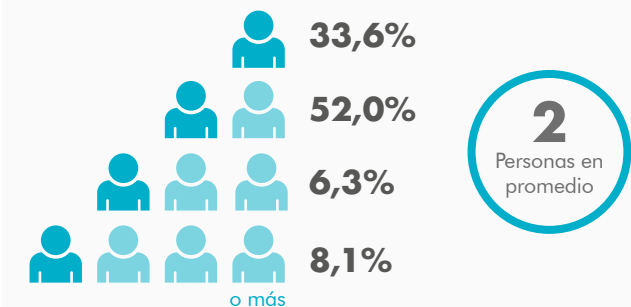


Grupo de Viaje

¿Con quién más viaja y comparte los gastos del viaje?

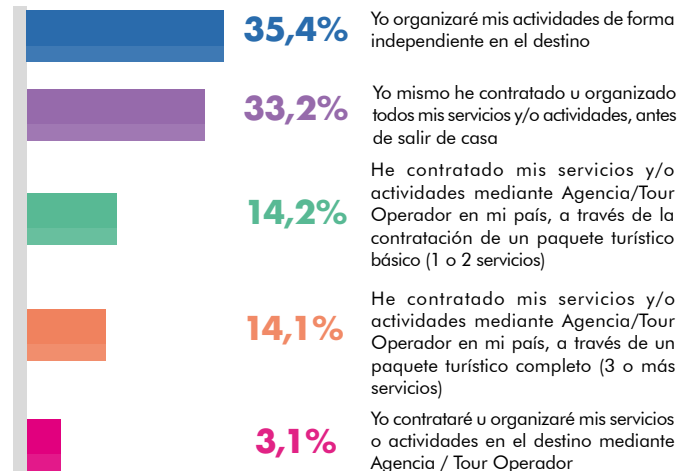


Nº de personas que componen el grupo de viaje

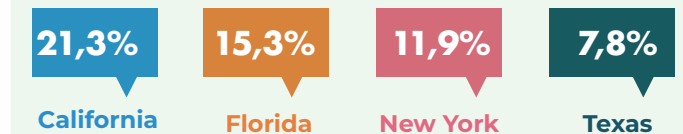


Organización del Viaje

¿Ha organizado y contratado sus servicios y/o actividades de viaje?



Procedencia



Estados y distritos que en conjunto representan la procedencia específica del 56,3% de los encuestados.



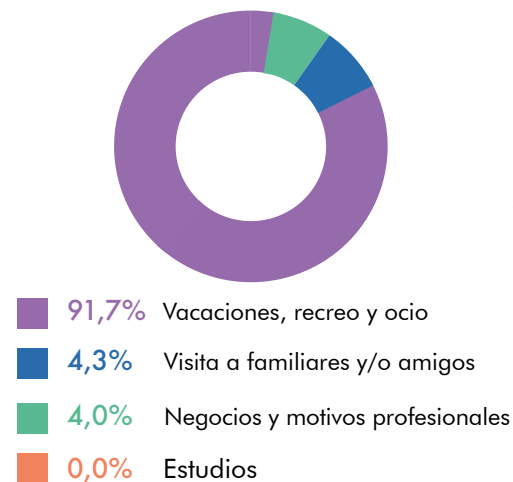
AUSTRALIA

A continuación, se presentan los datos obtenidos entre enero y diciembre de 2019, tras la aplicación de 372 encuestas válidas (efectivas) a turistas australianos, cifras que corresponden a resultados muestrales no expandidos.

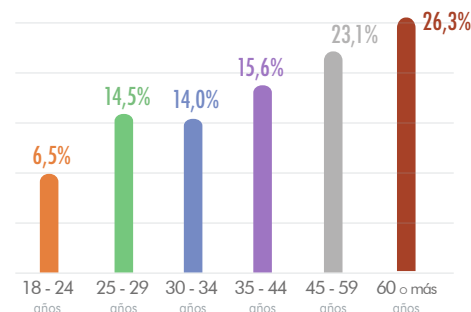


Los resultados obtenidos están directamente vinculados al perfil del turista de vacaciones, recreo y ocio, puesto que el 91,7% de los turistas encuestados lo declaró como su principal motivo de viaje a Santiago.

Principal motivo de viaje a Santiago



Rango etario de los encuestados



Razones más destacadas para escoger a Santiago como destino turístico de vacaciones, recreo y ocio:

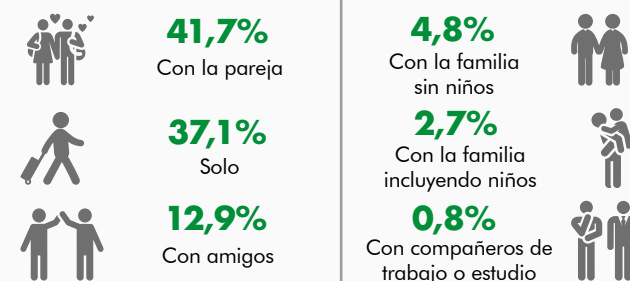


Estadía media en Santiago

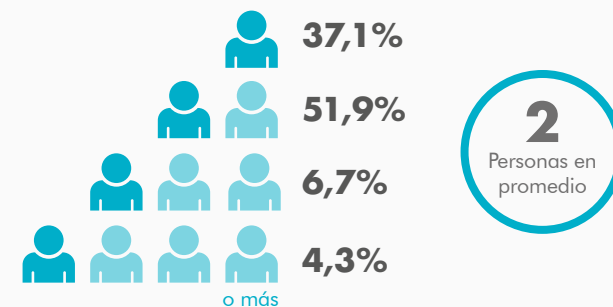


Grupo de Viaje

¿Con quién más viaja y comparte los gastos del viaje?

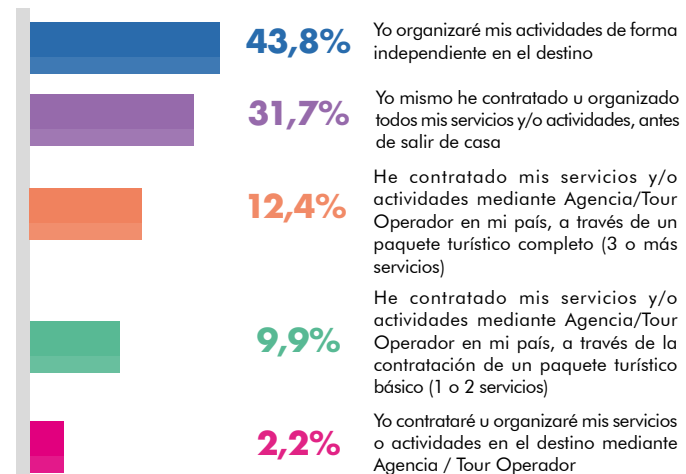


Nº de personas que componen el grupo de viaje

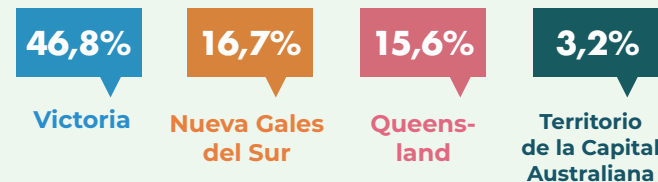


Organización del Viaje

¿Ha organizado y contratado sus servicios y/o actividades de viaje?



Procedencia



Departamentos y provincias que en conjunto representan la procedencia específica del 83,4% de los encuestados.



MÉXICO

A continuación, se presentan los datos obtenidos entre enero y diciembre de 2019, tras la aplicación de 384 encuestas válidas (efectivas) a turistas mexicanos, cifras que corresponden a resultados muestrales no expandidos.

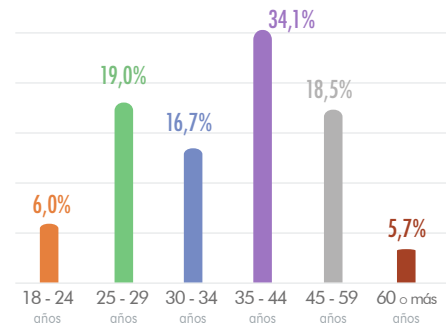


Los resultados obtenidos están directamente vinculados al perfil del turista que visita a familiares y amigos, puesto que el 66,7% de los turistas encuestados lo declaró como su principal motivo de viaje a Santiago.

Principal motivo de viaje a Santiago



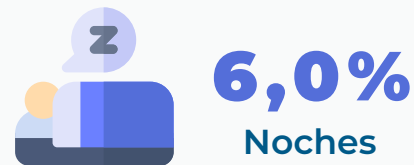
Rango etario de los encuestados



Razones más destacadas para escoger a Santiago como destino turístico de vacaciones, recreo y ocio:

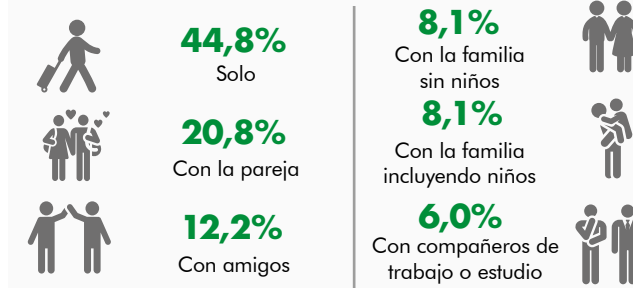


Estadía media en Santiago

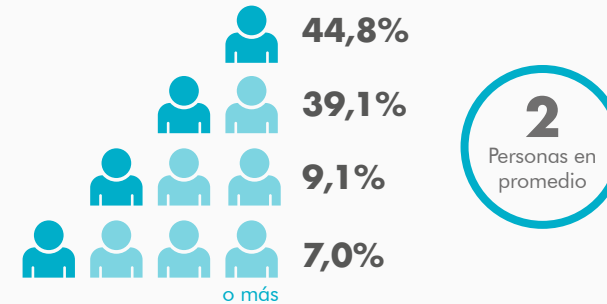


Grupo de Viaje

¿Con quién más viaja y comparte los gastos del viaje?

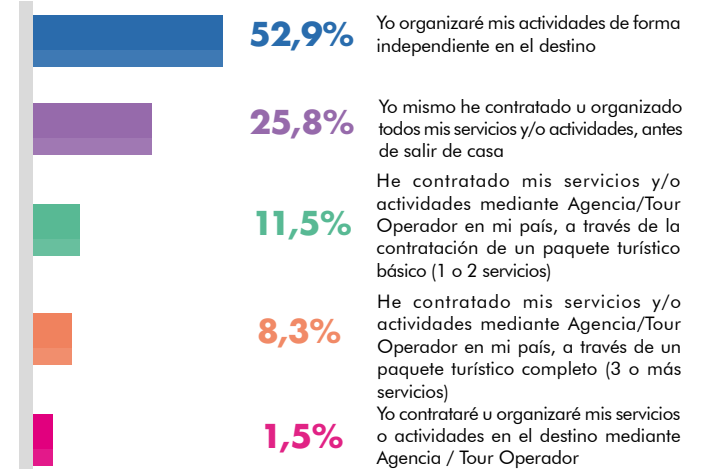


Nº de personas que componen el grupo de viaje

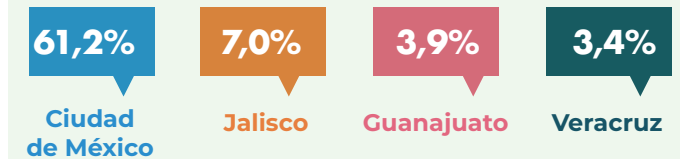


Organización del Viaje

¿Ha organizado y contratado sus servicios y/o actividades de viaje?



Procedencia



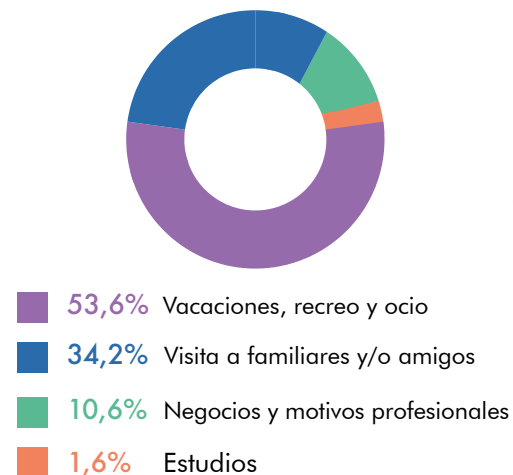
Estados y distritos que en conjunto representan la procedencia específica del 75,5% de los encuestados.



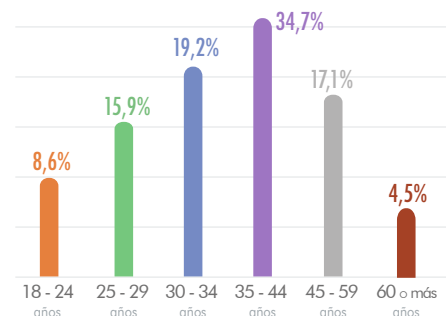
COLOMBIA

A continuación, se presentan los datos obtenidos entre enero y diciembre de 2019, tras la aplicación de 661 encuestas válidas (efectivas) a turistas colombianos, cifras que corresponden a resultados muestrales no expandidos.

Principal motivo de viaje a Santiago



Rango etario de los encuestados



Razones más destacadas para escoger a Santiago como destino turístico de vacaciones, recreo y ocio:



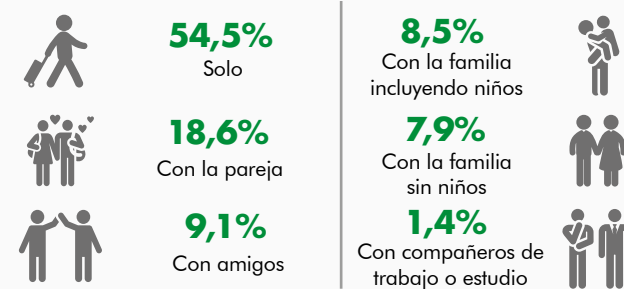
*Opción múltiple

Estadía media en Santiago

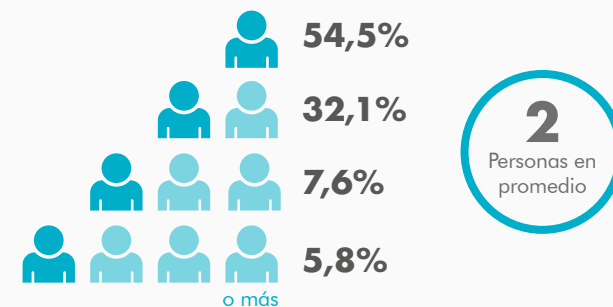


Grupo de Viaje

¿Con quién más viaja y comparte los gastos del viaje?

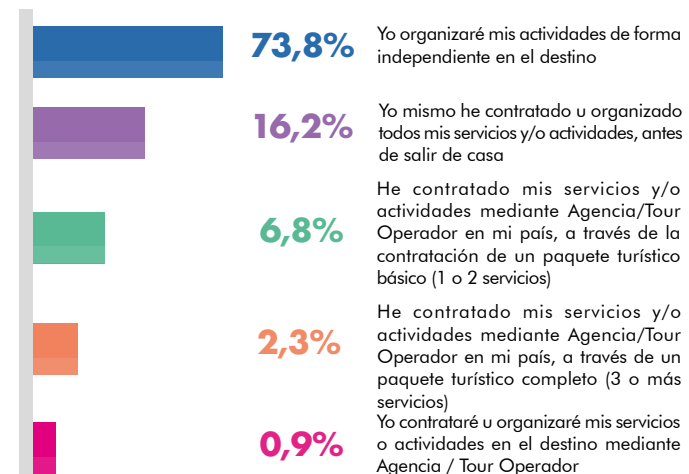


Nº de personas que componen el grupo de viaje

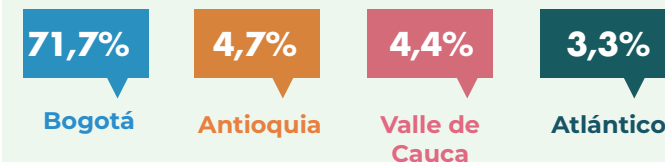


Organización del Viaje

¿Ha organizado y contratado sus servicios y/o actividades de viaje?



Procedencia



Departamentos que en conjunto representan la procedencia específica del 84,1% de los encuestados.



ESPAÑA

A continuación, se presentan los datos obtenidos entre enero y diciembre de 2019, tras la aplicación de 540 encuestas válidas (efectivas) a turistas españoles, cifras que corresponden a resultados muestrales no expandidos.

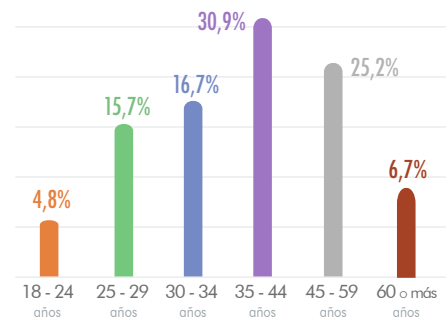


Los resultados obtenidos están directamente vinculados al perfil del turista de vacaciones, recreo y ocio, puesto que el 69,3% de los turistas encuestados lo declaró como su principal motivo de viaje a Santiago.

Principal motivo de viaje a Santiago



Rango etario de los encuestados

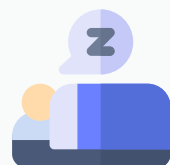


Razones más destacadas para escoger a Santiago como destino turístico de vacaciones, recreo y ocio:



*Opción múltiple

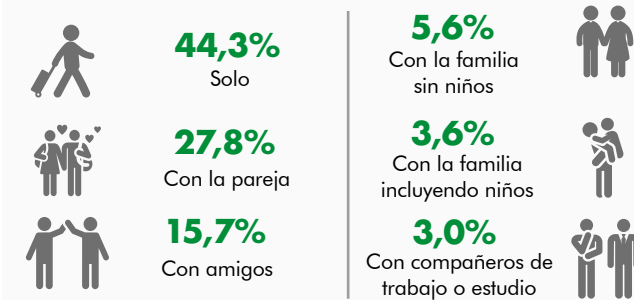
Estadía media en Santiago



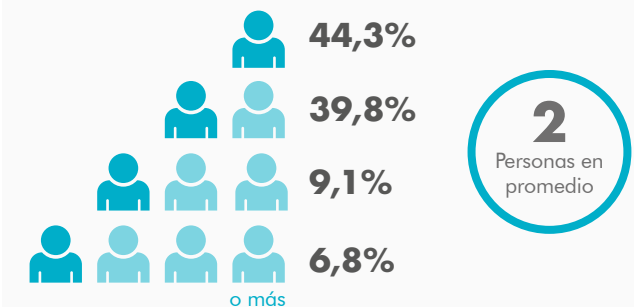
6,8
Noches

Grupo de Viaje

¿Con quién más viaja y comparte los gastos del viaje?



Nº de personas que componen el grupo de viaje

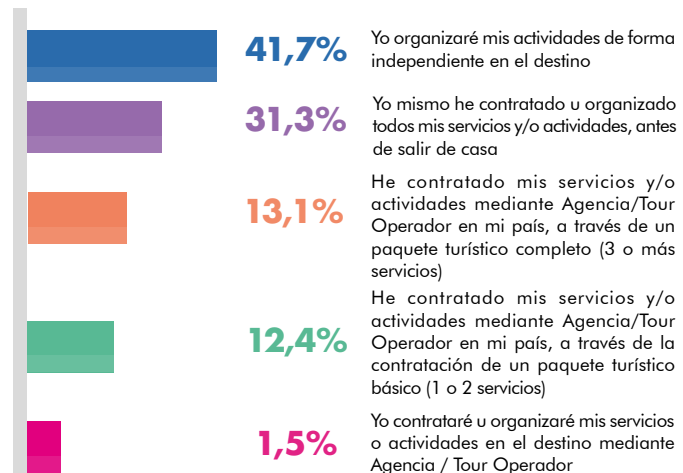


2

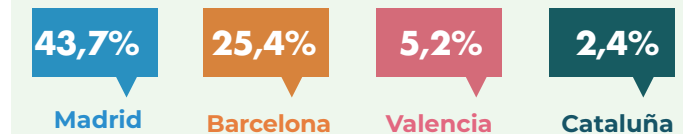
Personas en promedio

Organización del Viaje

¿Ha organizado y contratado sus servicios y/o actividades de viaje?



Procedencia



Provincias que en conjunto representan la procedencia específica del 76,7% de los encuestados.



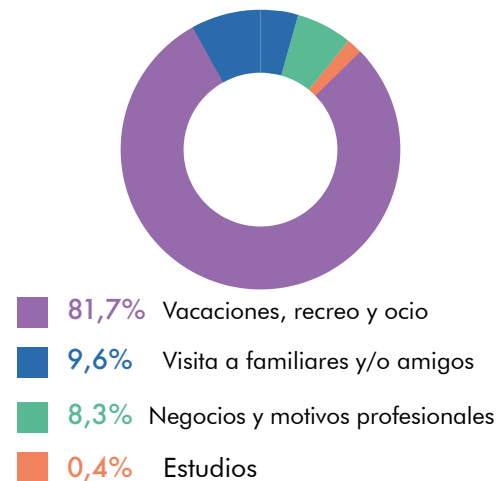
URUGUAY

A continuación, se presentan los datos obtenidos entre enero y diciembre de 2019, tras la aplicación de 312 encuestas válidas (efectivas) a turistas uruguayos, cifras que corresponden a resultados muestrales no expandidos.

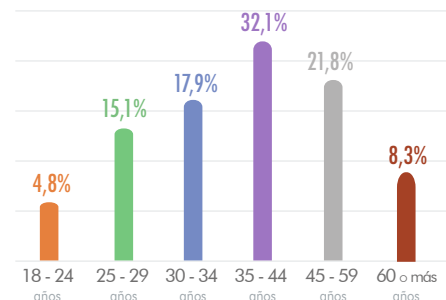


Los resultados obtenidos están directamente vinculados al perfil del turista de vacaciones, recreo y ocio, puesto que el 81,7% de los turistas encuestados lo declaró como su principal motivo de viaje a Santiago.

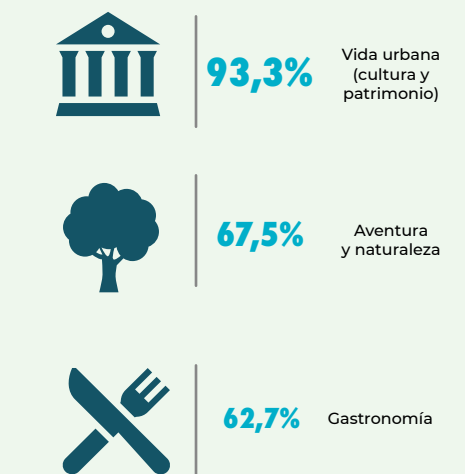
Principal motivo de viaje a Santiago



Rango etario de los encuestados



Razones más destacadas para escoger a Santiago como destino turístico de vacaciones, recreo y ocio:



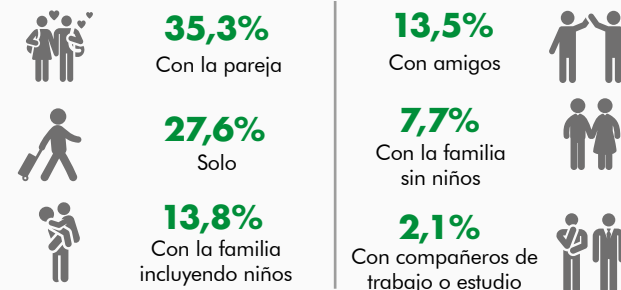
*Opción múltiple

Estadía media en Santiago

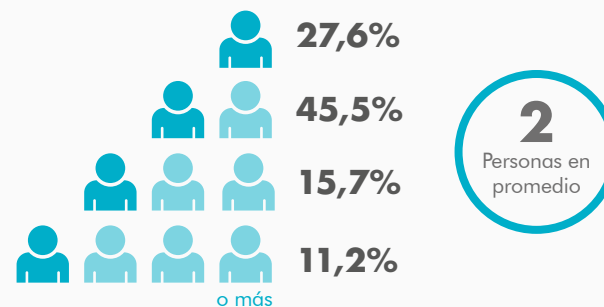


Grupo de Viaje

¿Con quién más viaja y comparte los gastos del viaje?

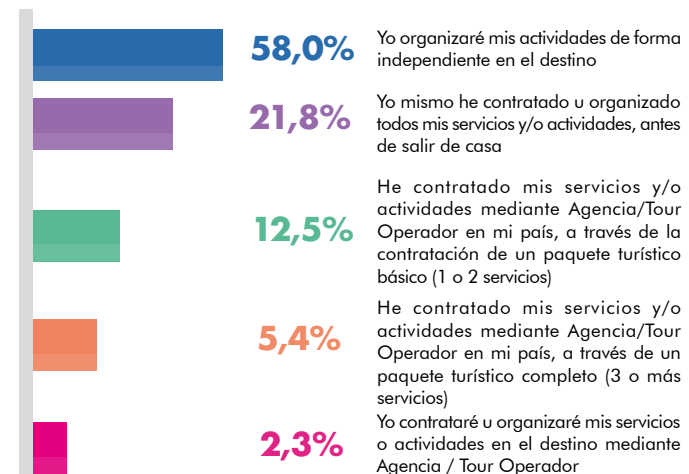


Nº de personas que componen el grupo de viaje

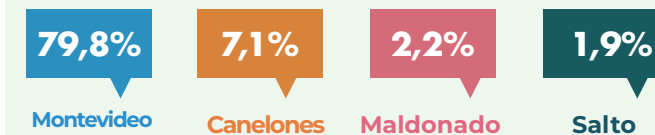


Organización del Viaje

¿Ha organizado y contratado sus servicios y/o actividades de viaje?



Procedencia



Estados y distritos que en conjunto representan la procedencia específica del 91,0% de los encuestados.



ALEMANIA

A continuación, se presentan los datos obtenidos entre enero y diciembre de 2019, tras la aplicación de 426 encuestas válidas (efectivas) a turistas alemanes, cifras que corresponden a resultados muestrales no expandidos.

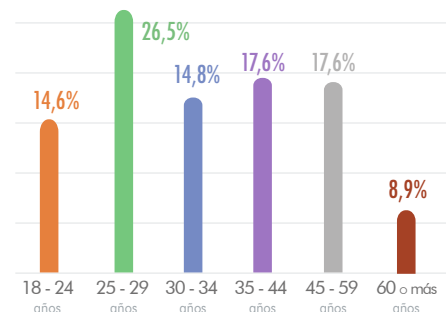


Los resultados obtenidos están directamente vinculados al perfil del turista de vacaciones, recreo y ocio, puesto que el 86,2% de los turistas encuestados lo declaró como su principal motivo de viaje a Santiago.

Principal motivo de viaje a Santiago



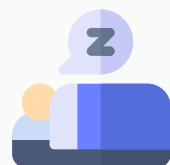
Rango etario de los encuestados



Razones más destacadas para escoger a Santiago como destino turístico de vacaciones, recreo y ocio:



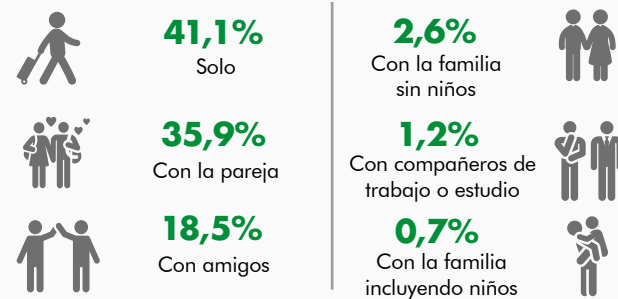
Estadía media en Santiago



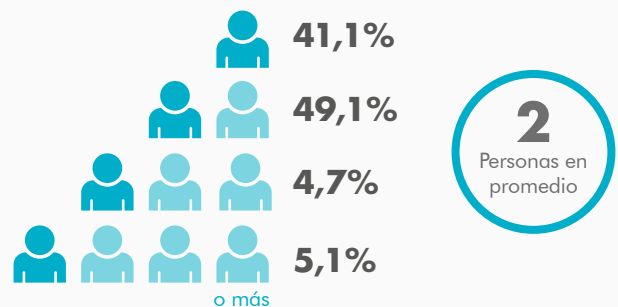
5,7
Noches

Grupo de Viaje

¿Con quién más viaja y comparte los gastos del viaje?

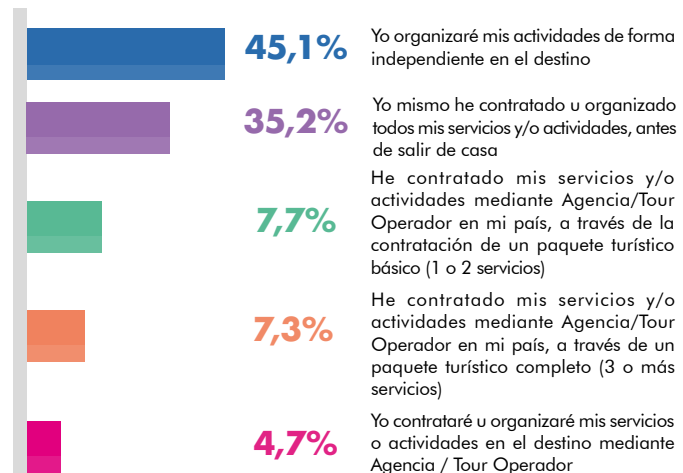


Nº de personas que componen el grupo de viaje

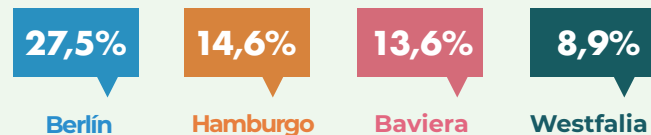


Organización del Viaje

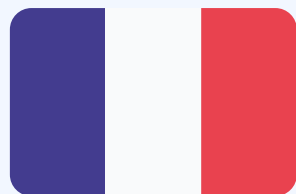
¿Ha organizado y contratado sus servicios y/o actividades de viaje?



Procedencia



Estados que en conjunto representan la procedencia específica del 64,6% de los encuestados.



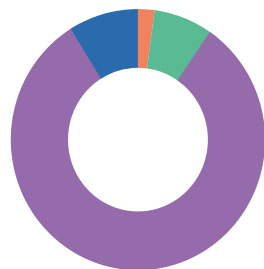
FRANCIA

A continuación, se presentan los datos obtenidos entre enero y diciembre de 2019, tras la aplicación de 408 encuestas válidas (efectivas) a turistas franceses, cifras que corresponden a resultados muestrales no expandidos.



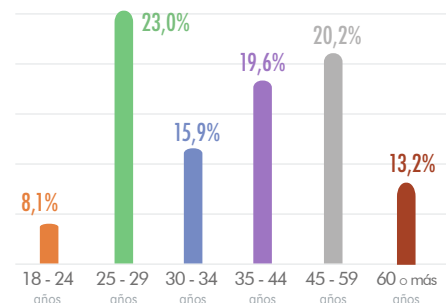
Los resultados obtenidos están directamente vinculados al perfil del turista de vacaciones, recreo y ocio, puesto que el 89,0% de los turistas encuestados lo declaró como su principal motivo de viaje a Santiago.

Principal motivo de viaje a Santiago



- 89,0%** Vacaciones, recreo y ocio
- 5,9%** Visita a familiares y/o amigos
- 3,9%** Negocios y motivos profesionales
- 1,2%** Estudios

Rango etario de los encuestados



Razones más destacadas para escoger a Santiago como destino turístico de vacaciones, recreo y ocio:



89,8% Vida urbana (cultura y patrimonio)



74,1% Aventura y naturaleza



57,9% Gastronomía

*Opción múltiple

Estadía media en Santiago



5,9
Noches

Grupo de Viaje

¿Con quién más viaja y comparte los gastos del viaje?



37,7%
Con la pareja



36,0%
Solo



17,9%
Con amigos

3,9%
Con la familia sin niños



2,5%
Con la familia incluyendo niños



2,0%
Con compañeros de trabajo o estudio



Nº de personas que componen el grupo de viaje



36,0%



51,2%



7,8%



5,0%
o más

2

Personas en promedio

Organización del Viaje

¿Ha organizado y contratado sus servicios y/o actividades de viaje?



44,4% Yo organizaré mis actividades de forma independiente en el destino



36,5% Yo mismo he contratado u organizado todos mis servicios y/o actividades, antes de salir de casa



8,3% He contratado mis servicios y/o actividades mediante Agencia/Tour Operador en mi país, a través de la contratación de un paquete turístico básico (1 o 2 servicios)



8,3% He contratado mis servicios y/o actividades mediante Agencia/Tour Operador en mi país, a través de un paquete turístico completo (3 o más servicios)



2,5% Yo contrataré u organizaré mis servicios o actividades en el destino mediante Agencia / Tour Operador

Procedencia

50,2%

París

15,0%

Toulouse

8,8%

Lyon

4,9%

Rennes

Regiones que en conjunto representan la procedencia específica del 78,9% de los encuestados.



INGLATERRA

A continuación, se presentan los datos obtenidos entre enero y diciembre de 2019, tras la aplicación de 336 encuestas válidas (efectivas) a turistas ingleses, cifras que corresponden a resultados muestrales no expandidos.

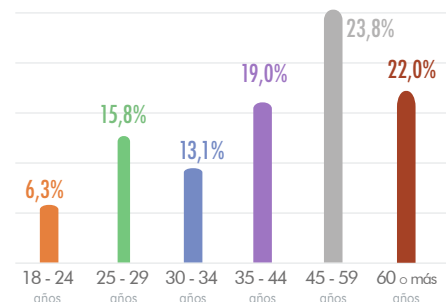


Los resultados obtenidos están directamente vinculados al perfil del turista de vacaciones, recreo y ocio, puesto que el 87,5% de los turistas encuestados lo declaró como su principal motivo de viaje a Santiago.

Principal motivo de viaje a Santiago



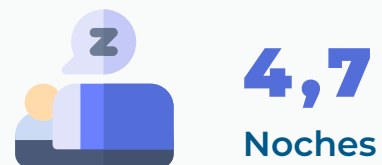
Rango etario de los encuestados



Razones más destacadas para escoger a Santiago como destino turístico de vacaciones, recreo y ocio:



Estadía media en Santiago

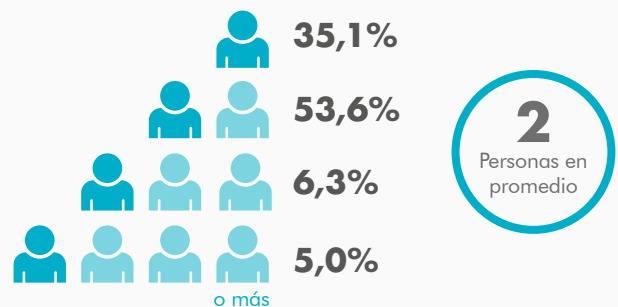


Grupo de Viaje

¿Con quién más viaja y comparte los gastos del viaje?

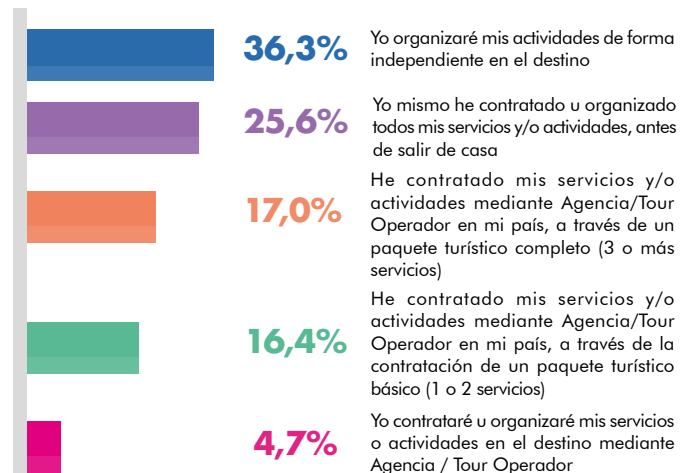


Nº de personas que componen el grupo de viaje

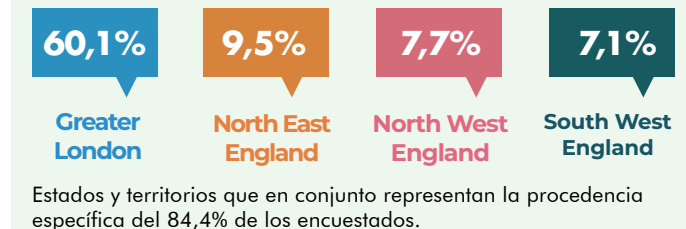


Organización del Viaje

¿Ha organizado y contratado sus servicios y/o actividades de viaje?



Procedencia





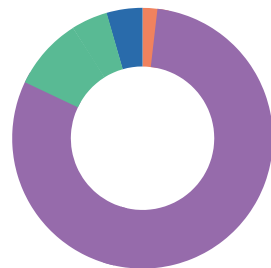
ITALIA

A continuación, se presentan los datos obtenidos entre enero y diciembre de 2019, tras la aplicación de 276 encuestas válidas (efectivas) a turistas italianos, cifras que corresponden a resultados muestrales no expandidos.



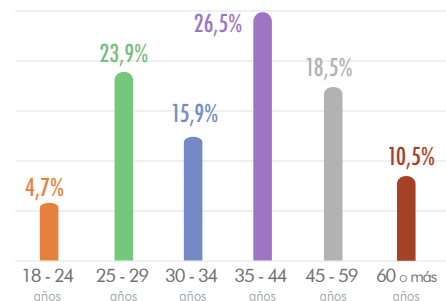
Los resultados obtenidos están directamente vinculados al perfil del turista de vacaciones, recreo y ocio, puesto que el 82,2% de los turistas encuestados lo declaró como su principal motivo de viaje a Santiago.

Principal motivo de viaje a Santiago



- 82,2%** Vacaciones, recreo y ocio
- 5,4%** Visita a familiares y/o amigos
- 11,7%** Negocios y motivos profesionales
- 0,7%** Estudios

Rango etario de los encuestados



Razones más destacadas para escoger a Santiago como destino turístico de vacaciones, recreo y ocio:



92,5% Vida urbana (cultura y patrimonio)



70,5% Aventura y naturaleza



67,8% Gastronomía

*Opción múltiple

Estadía media en Santiago



4,8
Noches

Grupo de Viaje

¿Con quién más viaja y comparte los gastos del viaje?



39,1%
Solo



37,3%
Con la pareja



17,8%
Con amigos

2,2%
Con compañeros de trabajo o estudio

1,8%
Con la familia incluyendo niños

1,8%
Con la familia sin niños



Nº de personas que componen el grupo de viaje



39,1%



52,5%



2,5%



5,9%
o más

2

Personas en promedio

Organización del Viaje

¿Ha organizado y contratado sus servicios y/o actividades de viaje?



44,2% Yo organizaré mis actividades de forma independiente en el destino



25,4% Yo mismo he contratado u organizado todos mis servicios y/o actividades, antes de salir de casa



14,9% He contratado mis servicios y/o actividades mediante Agencia/Tour Operador en mi país, a través de un paquete turístico completo (3 o más servicios)



13,8% He contratado mis servicios y/o actividades mediante Agencia/Tour Operador en mi país, a través de la contratación de un paquete turístico básico (1 o 2 servicios)



1,7% Yo contrataré u organizaré mis servicios o actividades en el destino mediante Agencia / Tour Operador

Procedencia

28,3%

Roma

26,8%

Milano

7,6%

Napoli

5,8%

Genova

Regiones que en conjunto representan la procedencia específica del 68,5% de los encuestados.



CANADÁ

A continuación, se presentan los datos obtenidos entre enero y diciembre de 2019, tras la aplicación de 300 encuestas válidas (efectivas) a turistas canadienses, cifras que corresponden a resultados muestrales no expandidos.

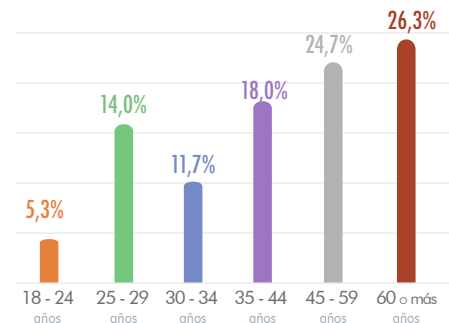


Los resultados obtenidos están directamente vinculados al perfil del turista de vacaciones, recreo y ocio, puesto que el 84,0% de los turistas encuestados lo declaró como su principal motivo de viaje a Santiago.

Principal motivo de viaje a Santiago



Rango etario de los encuestados



Razones más destacadas para escoger a Santiago como destino turístico de vacaciones, recreo y ocio:



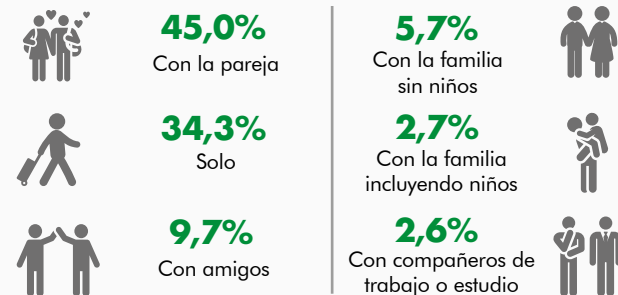
Estadía media en Santiago



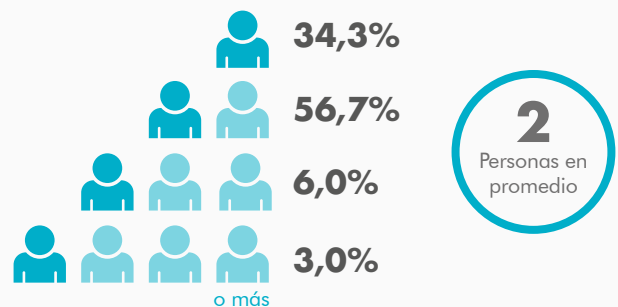
5,1
Noches

Grupo de Viaje

¿Con quién más viaja y comparte los gastos del viaje?

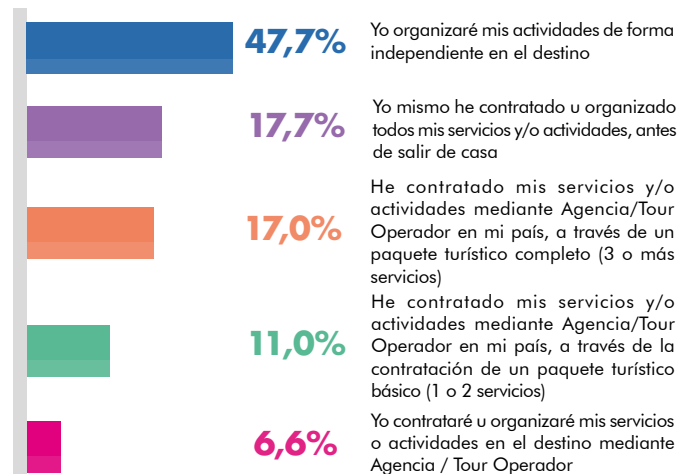


Nº de personas que componen el grupo de viaje

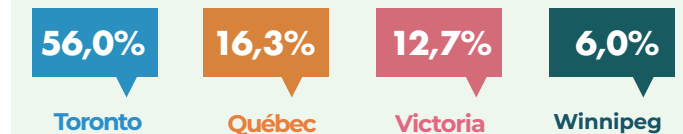


Organización del Viaje

¿Ha organizado y contratado sus servicios y/o actividades de viaje?



Procedencia



Provincias y territorios que en conjunto representan la procedencia específica del 91,0% de los encuestados.



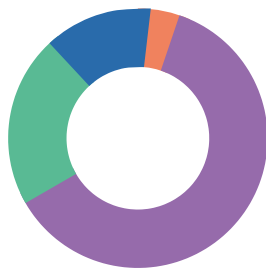
CHINA

A continuación, se presentan los datos obtenidos entre enero y diciembre de 2019, tras la aplicación de 264 encuestas válidas (efectivas) a turistas chinos, cifras que corresponden a resultados muestrales no expandidos.



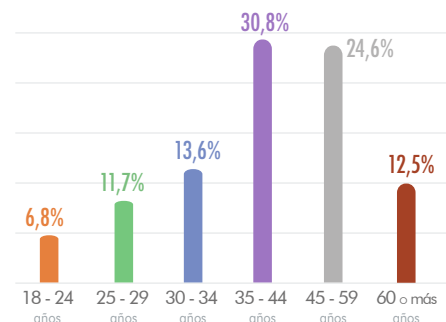
Los resultados obtenidos están directamente vinculados al perfil del turista de vacaciones, recreo y ocio, puesto que el 79,5% de los turistas encuestados lo declaró como su principal motivo de viaje a Santiago.

Principal motivo de viaje a Santiago



- 79,5%** Vacaciones, recreo y ocio
- 6,8%** Visita a familiares y/o amigos
- 13,3%** Negocios y motivos profesionales
- 0,4%** Estudios

Rango etario de los encuestados



Razones más destacadas para escoger a Santiago como destino turístico de vacaciones, recreo y ocio:



91,0% Vida urbana (cultura y patrimonio)



77,1% Aventura y naturaleza



59,5% Gastronomía

*Opción múltiple

Estadía media en Santiago



5,9
Noches

Grupo de Viaje

¿Con quién más viaja y comparte los gastos del viaje?



37,9%
Solo



32,6%
Con la pareja



13,6%
Con amigos

10,6%
Con la familia sin niños



3,4%
Con compañeros de trabajo o estudio



1,9%
Con la familia incluyendo niños



Nº de personas que componen el grupo de viaje



37,9%



48,5%



6,1%



7,5%

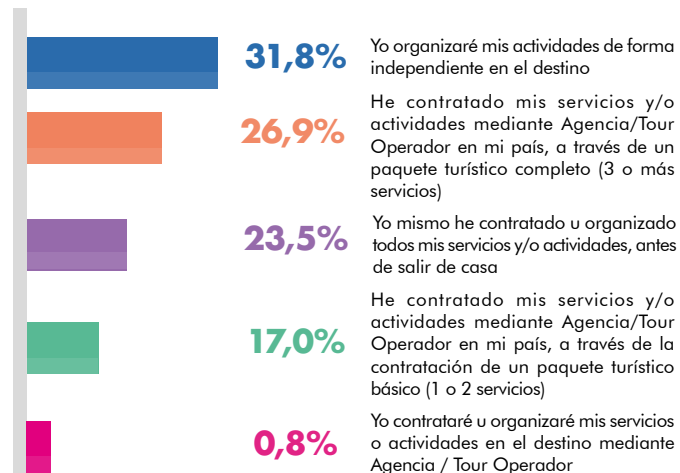
o más

2

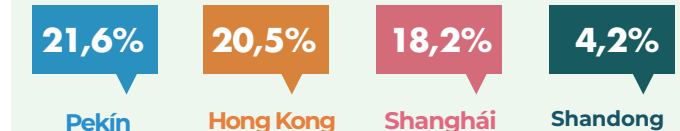
Personas en promedio

Organización del Viaje

¿Ha organizado y contratado sus servicios y/o actividades de viaje?



Procedencia



Provincias, regiones y municipios que en conjunto representan la procedencia específica del 64,5% de los encuestados.



CORPORACIONRM.CL

 corp.regional_rm  CorpTurismoRM



Financiado por:



Con la colaboración de:



Con el apoyo de:

