



9^a ENCUESTA NACIONAL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR UGM / B&W



01

Metodología



UNIVERSIDAD
Gabriela Mistral
Juntos escribimos tu futuro

BW
Black & White



Metodología | Estudio cuantitativo

| Tipo de estudio | Cuantitativo, no probabilístico, a través de la aplicación de encuestas online de personas registradas en el panel Black&White. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|---|----------------|------------|------------|------------|-------|-------|--------------------|----|----|----|----|----|--------------------|----|----|----|----|----|-----------------------|----|----|----|----|----|--------------------|----|----|----|----|----|--------------------|----|----|----|----|----|-----------------------|----|----|----|----|----|--------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|--|----------|------|----|----|-----|-------|--------------------|----|----|----|----|-----|--------------------|----|----|----|----|-----|-----------------------|----|----|----|----|----|--------------------|----|----|----|----|-----|--------------------|----|----|----|----|-----|-----------------------|----|----|----|----|-----|--------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| Panel Black&White | El panel Black&White cuenta con más de 300 mil personas de todo el país, pre clasificadas por sexo, edad, comuna y estrato socioeconómico, de acuerdo a la metodología propuesta por la Asociación de Investigadores de Mercado (AIM). | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Grupo Objetivo | Personas de 18 años o más residentes de todo el país. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Muestreo | Muestreo aleatorio estratificado por estratos. Cada estrato está definido por la combinación de variables Zona, GSE, Sexo y Edad. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Distribución de la muestra | Se realizaron 1003 encuestas. Los resultados se ponderaron de acuerdo a los parámetros poblacionales, que son: | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Metropolitana:</th> <th>ABC1</th> <th>C2</th> <th>C3</th> <th>D+E</th> <th>TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hombres 18-34 años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>2%</td> <td>3%</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Hombres 35-54 años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>2%</td> <td>3%</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Hombres 55 y más años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>2%</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Mujeres 18-34 años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>2%</td> <td>3%</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Mujeres 35-54 años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>2%</td> <td>3%</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Mujeres 55 y más años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>2%</td> <td>3%</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>8%</td> <td>5%</td> <td>11%</td> <td>16%</td> <td>40%</td> </tr> </tbody> </table> | Metropolitana: | ABC1 | C2 | C3 | D+E | TOTAL | Hombres 18-34 años | 1% | 1% | 2% | 3% | 7% | Hombres 35-54 años | 1% | 1% | 2% | 3% | 7% | Hombres 55 y más años | 1% | 1% | 1% | 2% | 5% | Mujeres 18-34 años | 1% | 1% | 2% | 3% | 7% | Mujeres 35-54 años | 1% | 1% | 2% | 3% | 7% | Mujeres 55 y más años | 1% | 1% | 2% | 3% | 7% | TOTAL | 8% | 5% | 11% | 16% | 40% | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Regiones</th> <th>ABC1</th> <th>C2</th> <th>C3</th> <th>D+E</th> <th>TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hombres 18-34 años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>3%</td> <td>6%</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>Hombres 35-54 años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>3%</td> <td>6%</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>Hombres 55 y más años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>2%</td> <td>5%</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Mujeres 18-34 años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>2%</td> <td>6%</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Mujeres 35-54 años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>3%</td> <td>6%</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>Mujeres 55 y más años</td> <td>1%</td> <td>1%</td> <td>2%</td> <td>6%</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>5%</td> <td>6%</td> <td>14%</td> <td>35%</td> <td>60%</td> </tr> </tbody> </table> | Regiones | ABC1 | C2 | C3 | D+E | TOTAL | Hombres 18-34 años | 1% | 1% | 3% | 6% | 11% | Hombres 35-54 años | 1% | 1% | 3% | 6% | 11% | Hombres 55 y más años | 1% | 1% | 2% | 5% | 8% | Mujeres 18-34 años | 1% | 1% | 2% | 6% | 10% | Mujeres 35-54 años | 1% | 1% | 3% | 6% | 11% | Mujeres 55 y más años | 1% | 1% | 2% | 6% | 10% | TOTAL | 5% | 6% | 14% | 35% | 60% |
| | Metropolitana: | ABC1 | C2 | C3 | D+E | TOTAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Hombres 18-34 años | 1% | 1% | 2% | 3% | 7% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Hombres 35-54 años | 1% | 1% | 2% | 3% | 7% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Hombres 55 y más años | 1% | 1% | 1% | 2% | 5% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mujeres 18-34 años | 1% | 1% | 2% | 3% | 7% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mujeres 35-54 años | 1% | 1% | 2% | 3% | 7% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mujeres 55 y más años | 1% | 1% | 2% | 3% | 7% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TOTAL | 8% | 5% | 11% | 16% | 40% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Regiones | ABC1 | C2 | C3 | D+E | TOTAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Hombres 18-34 años | 1% | 1% | 3% | 6% | 11% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Hombres 35-54 años | 1% | 1% | 3% | 6% | 11% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Hombres 55 y más años | 1% | 1% | 2% | 5% | 8% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mujeres 18-34 años | 1% | 1% | 2% | 6% | 10% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mujeres 35-54 años | 1% | 1% | 3% | 6% | 11% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mujeres 55 y más años | 1% | 1% | 2% | 6% | 10% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TOTAL | 5% | 6% | 14% | 35% | 60% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Error muestral | A modo de referencia, el error muestral para un 95% de confianza, es de 3,1% para una muestra total aleatoria de 1003 casos. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Trabajo de campo | Entre el 03 y 05 de enero 2025. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

02

Vacaciones



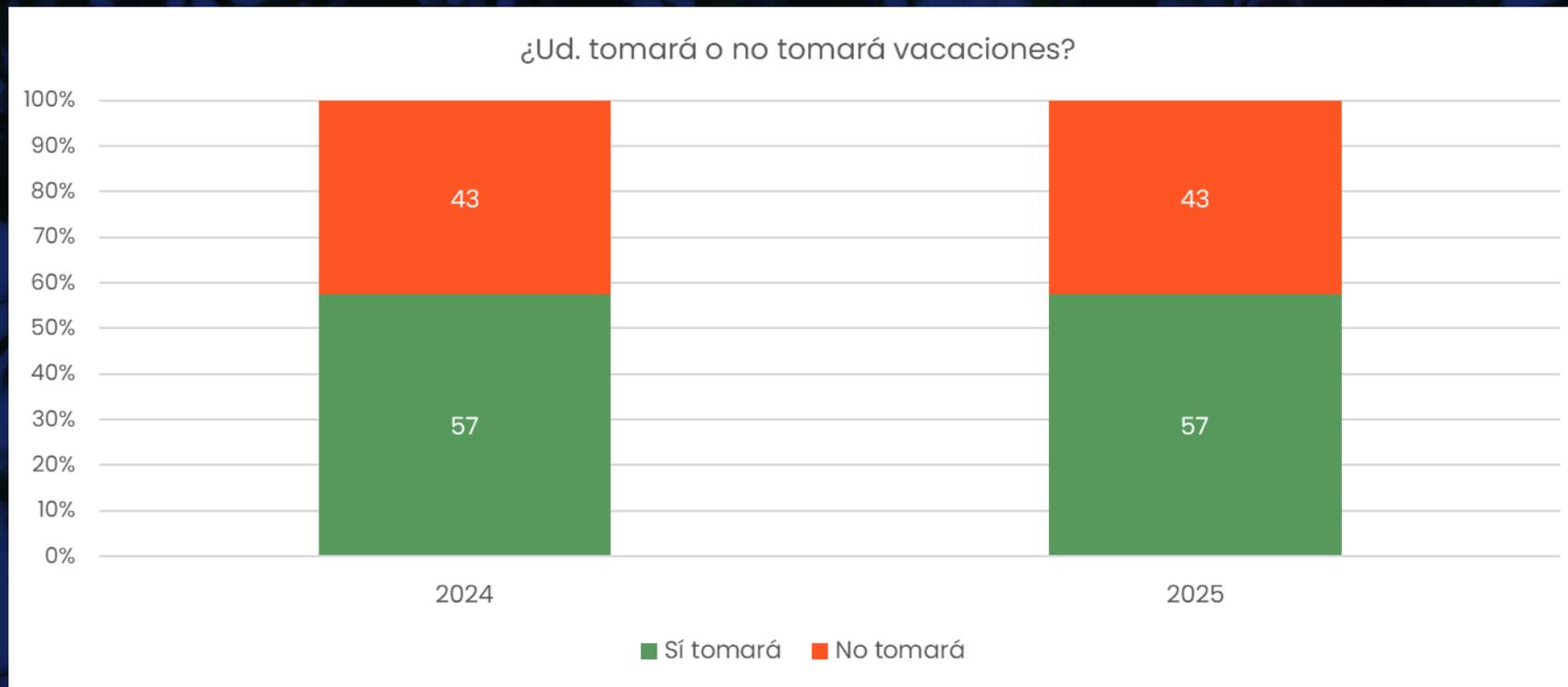
UNIVERSIDAD
Gabriela Mistral
Juntos escribimos tu futuro

BW
Black & White



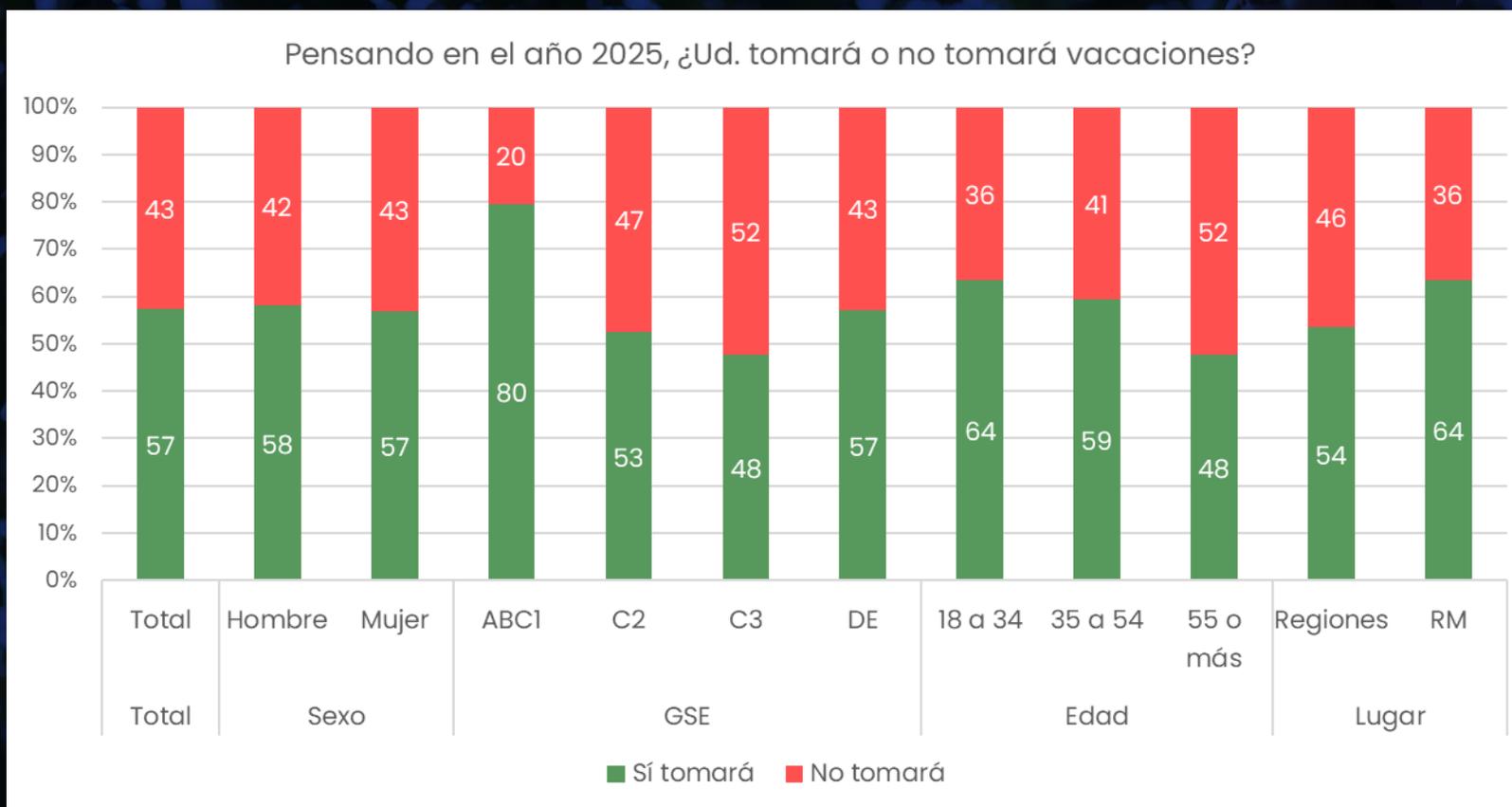
Resultados | ¿Tomará o no vacaciones?

- Un 57% sí tomará vacaciones el 2025, manteniendo la proporción de la última medición.



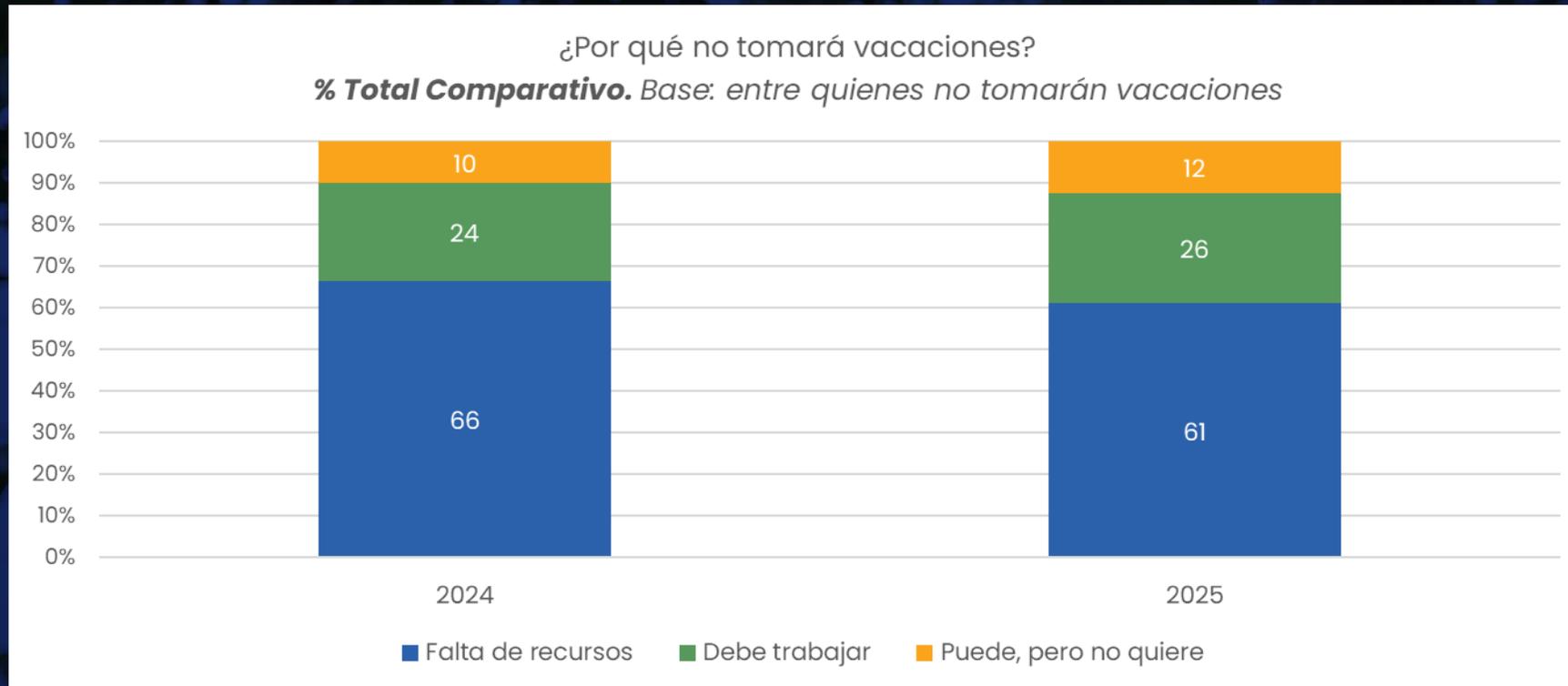
Resultados | ¿Tomará o no vacaciones? (Aperturas)

- La mayoría (57%) sí tomará vacaciones durante el 2025.
- Proporción aumenta en GSE ABC1, a medida que disminuye la edad y en RM.



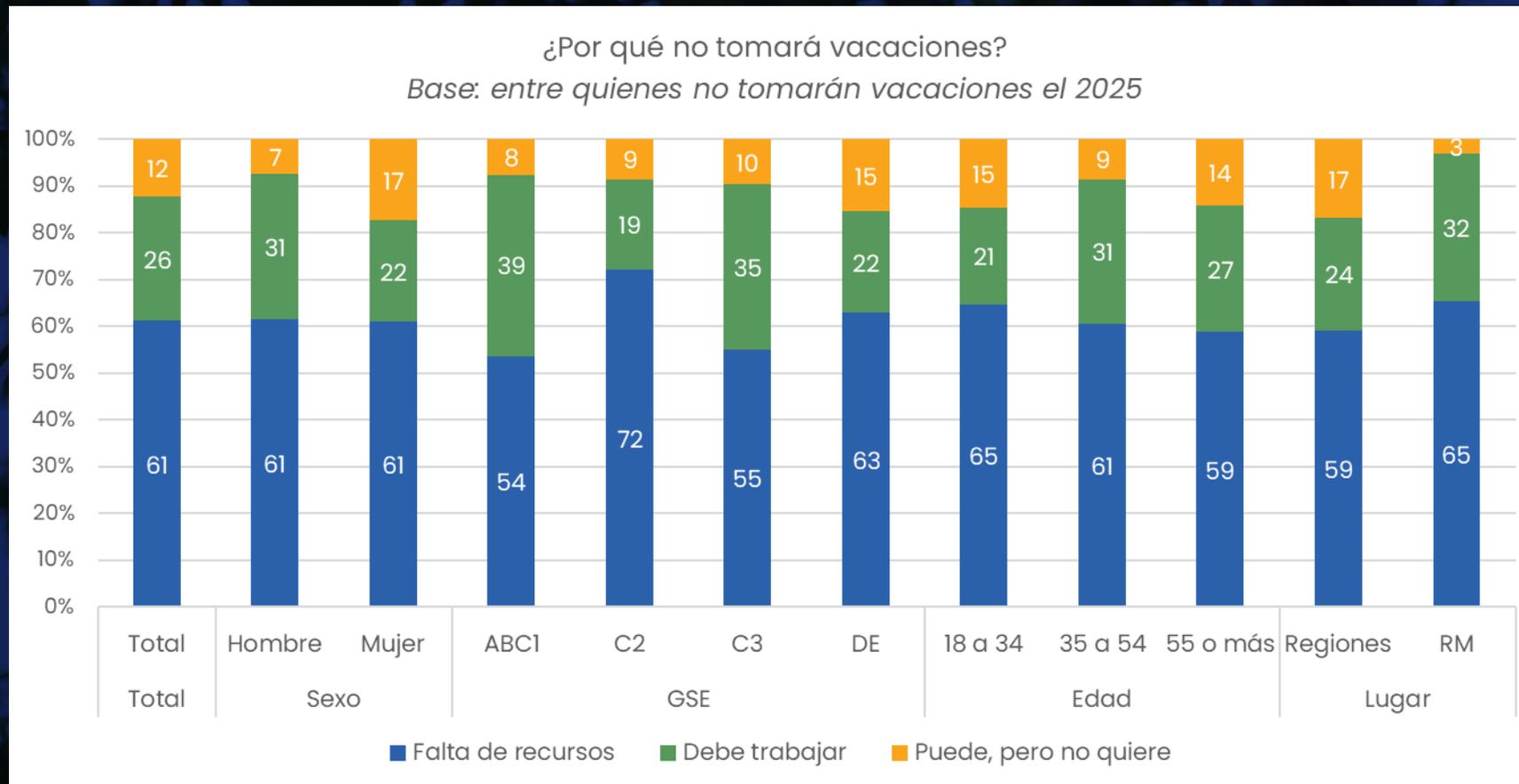
Resultados | ¿Por qué no tomará vacaciones?

- Entre quienes no tomarán vacaciones, la mayoría (61%) menciona la falta de recursos como la razón para no hacerlo.
- En comparación a la última medición, proporción que declara esta razón disminuyó en 5 puntos porcentuales.



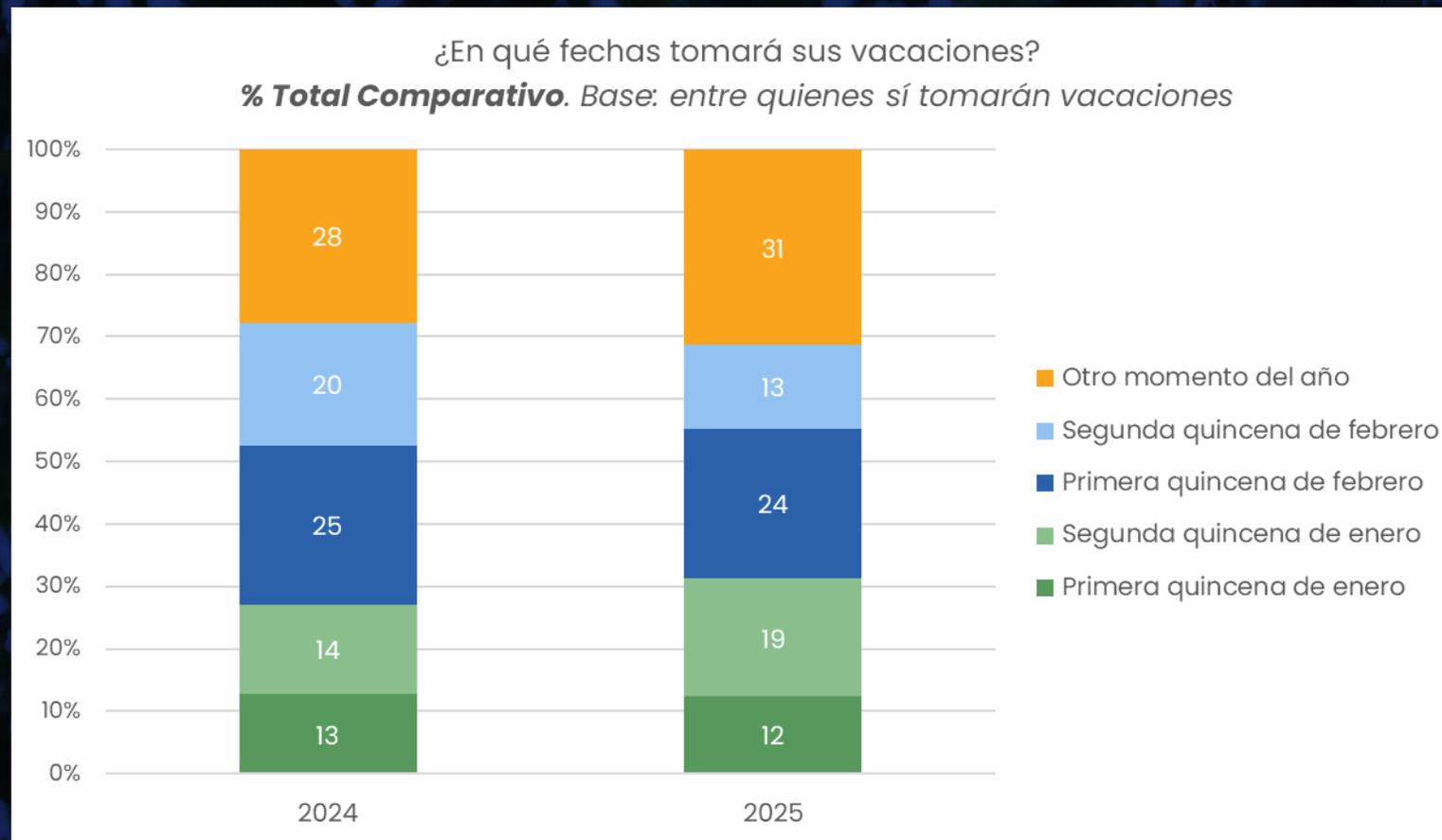
Resultados | ¿Por qué no tomará vacaciones? (Aperturas)

- Entre quienes no tomarán vacaciones, la mayoría (61%) menciona la falta de recursos como la razón para no hacerlo.
- Proporción aumenta en GSE C2.



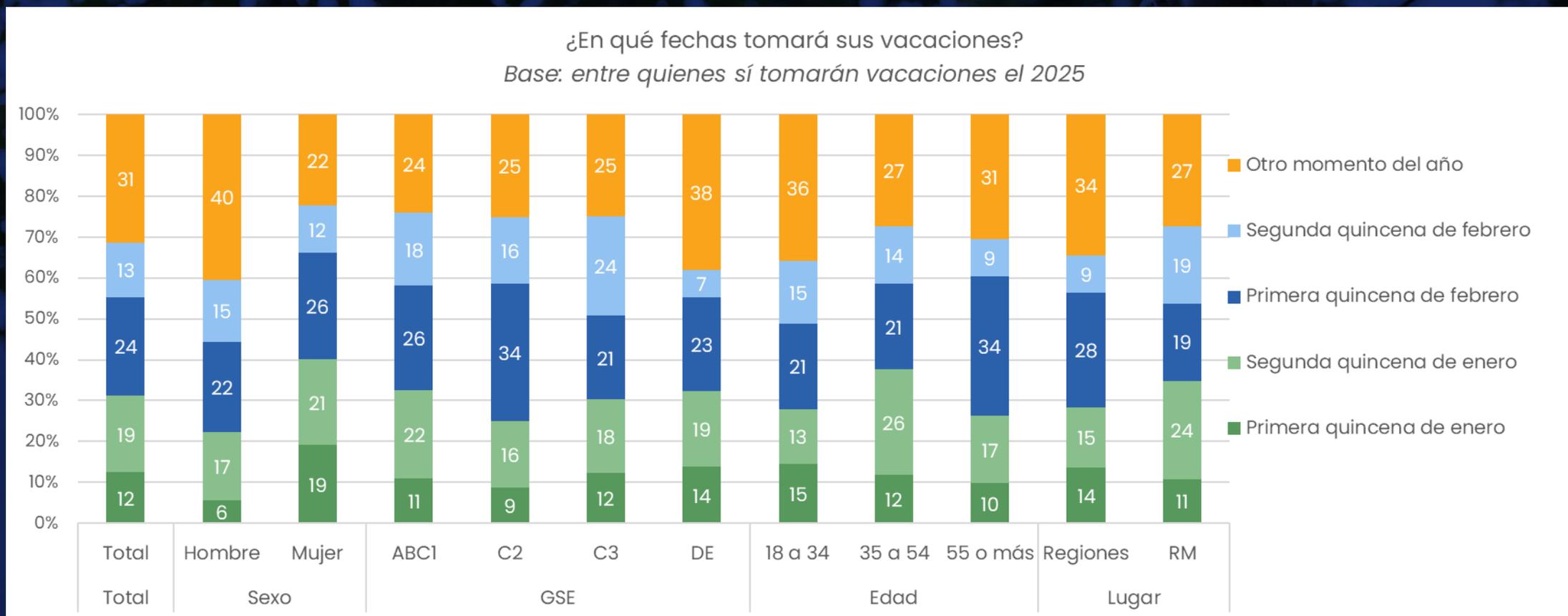
Resultados | ¿Cuándo tomará vacaciones?

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, la mayoría relativa (37%) toma sus vacaciones en febrero.
- Proporción de quienes tomarán vacaciones en febrero disminuyó en 8 puntos porcentuales.



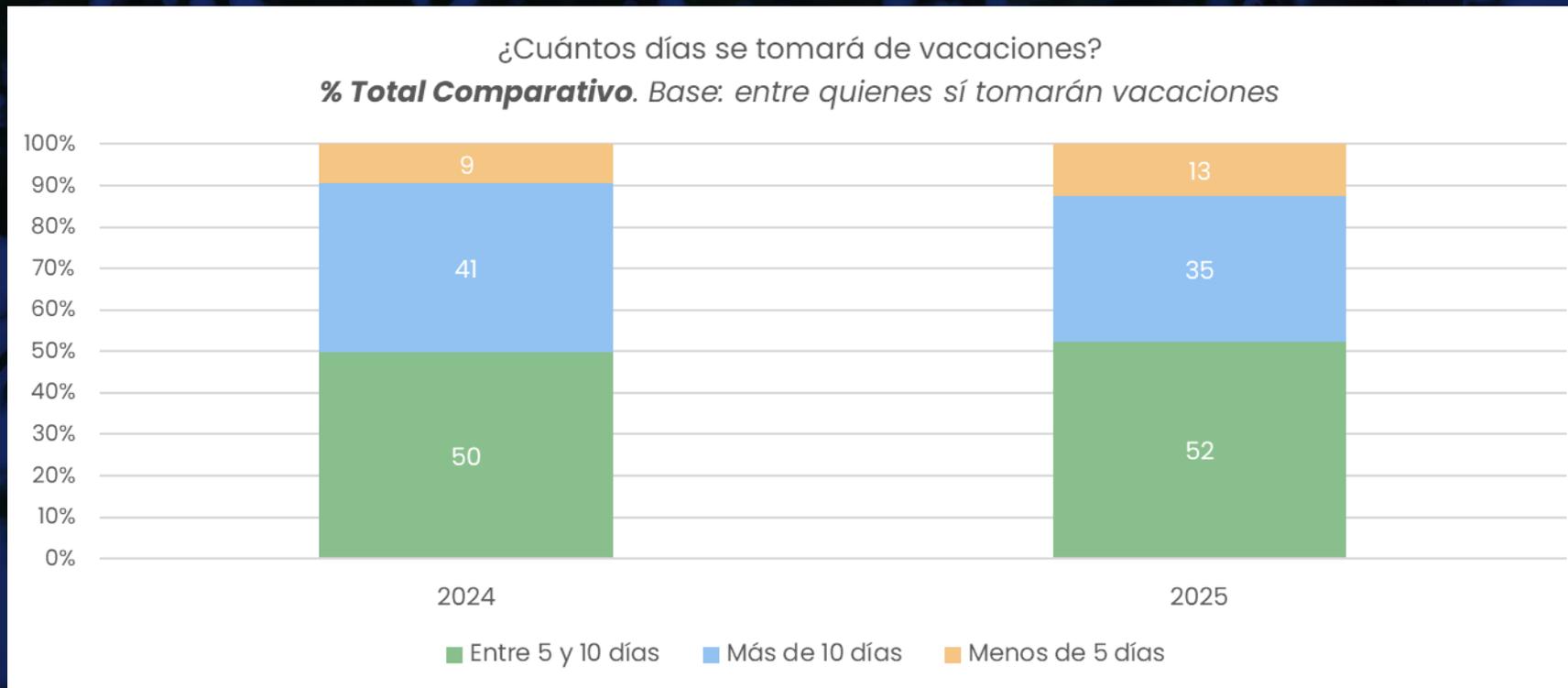
Resultados | ¿Cuándo tomará vacaciones? (Aperturas)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría relativa (37%) tomará sus vacaciones en febrero (24% la primera quincena; 13% la segunda quincena)
- Proporción de quienes tomarán vacaciones en febrero aumenta en GSE C2, y personas con 55 o más años.



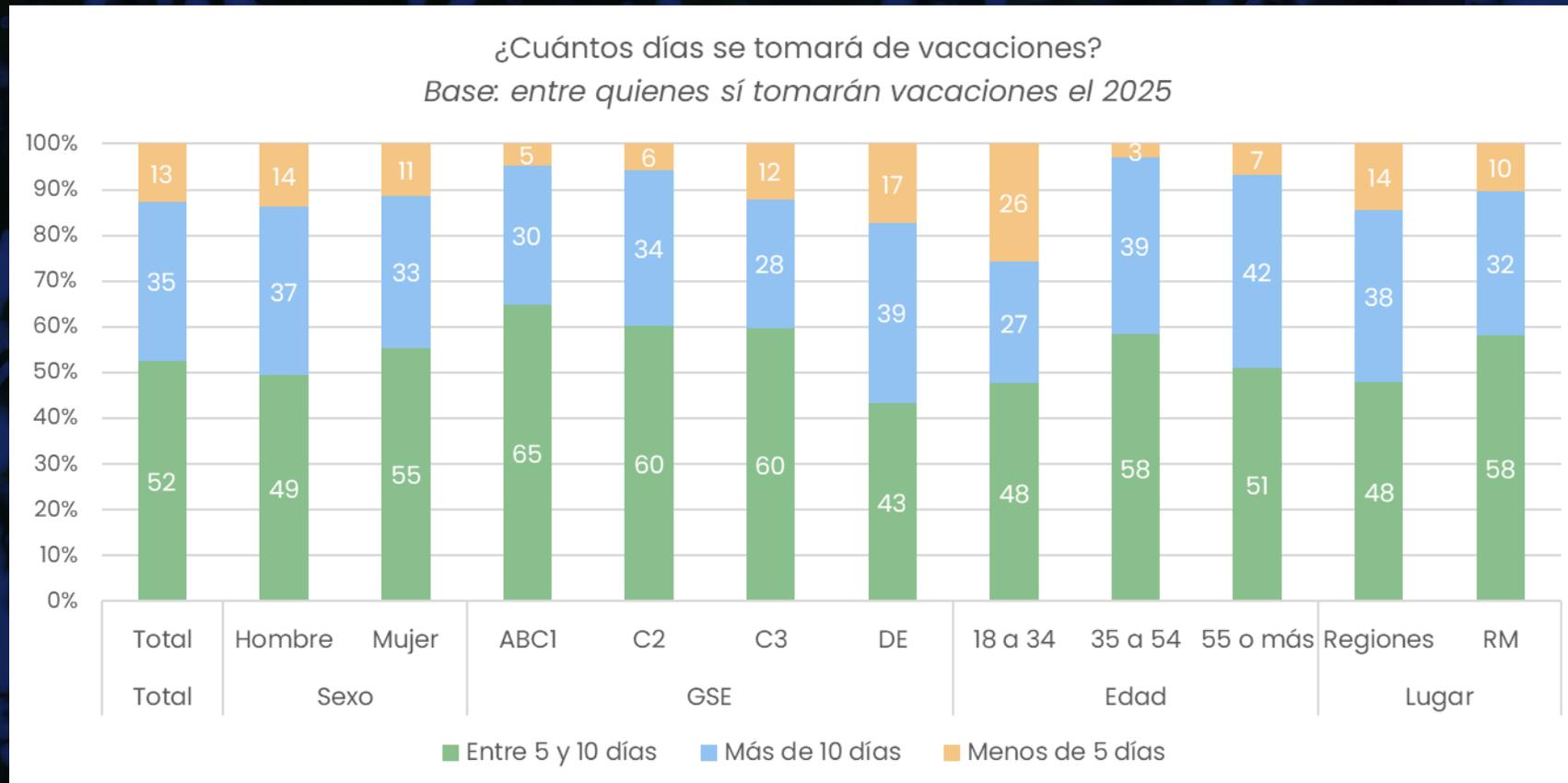
Resultados | Cantidad de días de vacaciones

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, la mayoría (52%) se tomará entre 5 y 10 días.
- Aumentó la proporción de los que se tomarán menos de 5 días en 4 puntos porcentuales. En general, se acortan las vacaciones.



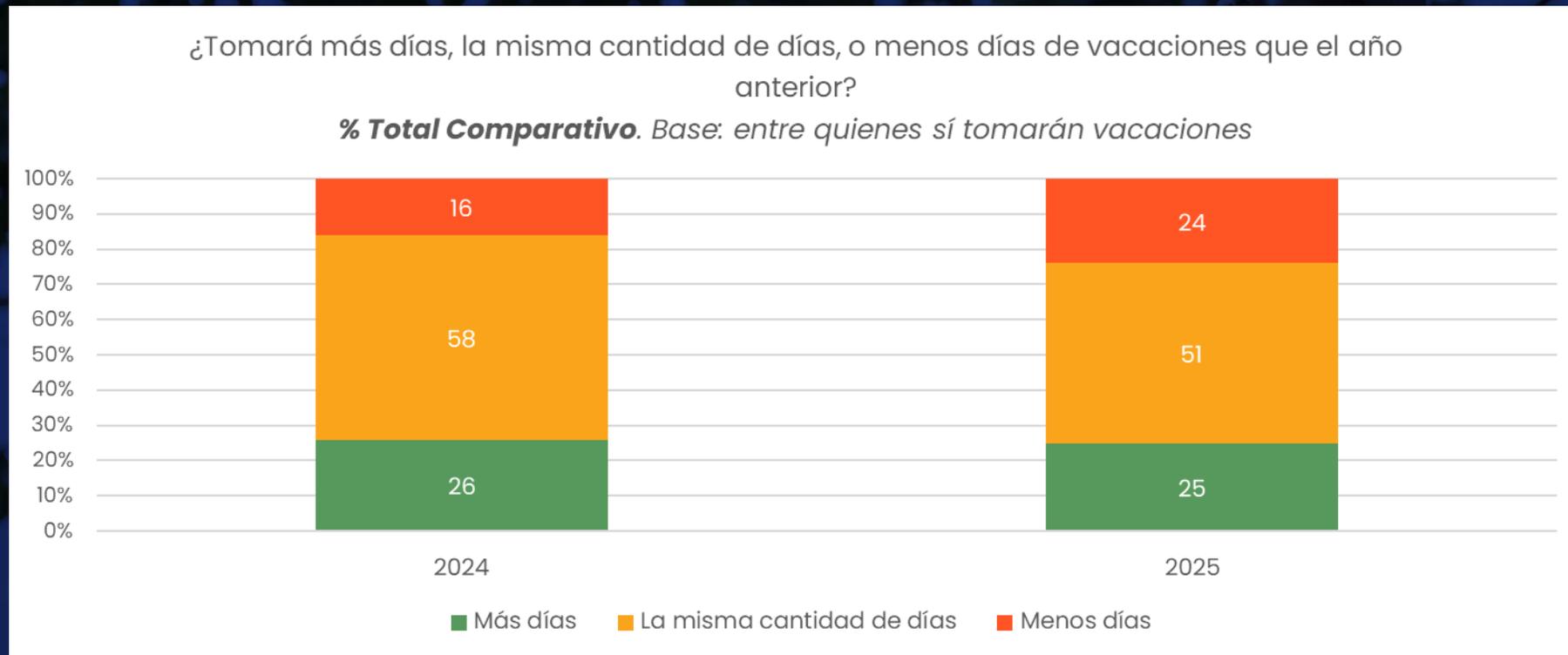
Resultados | Cantidad de días de vacaciones (Aperturas)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría (52%) se tomará entre 5 y 10 días.
- Proporción de quienes tomarán entre 5 y 10 días aumenta en GSE ABC1, C2 y C3, personas con 35 a 54 años y en RM.



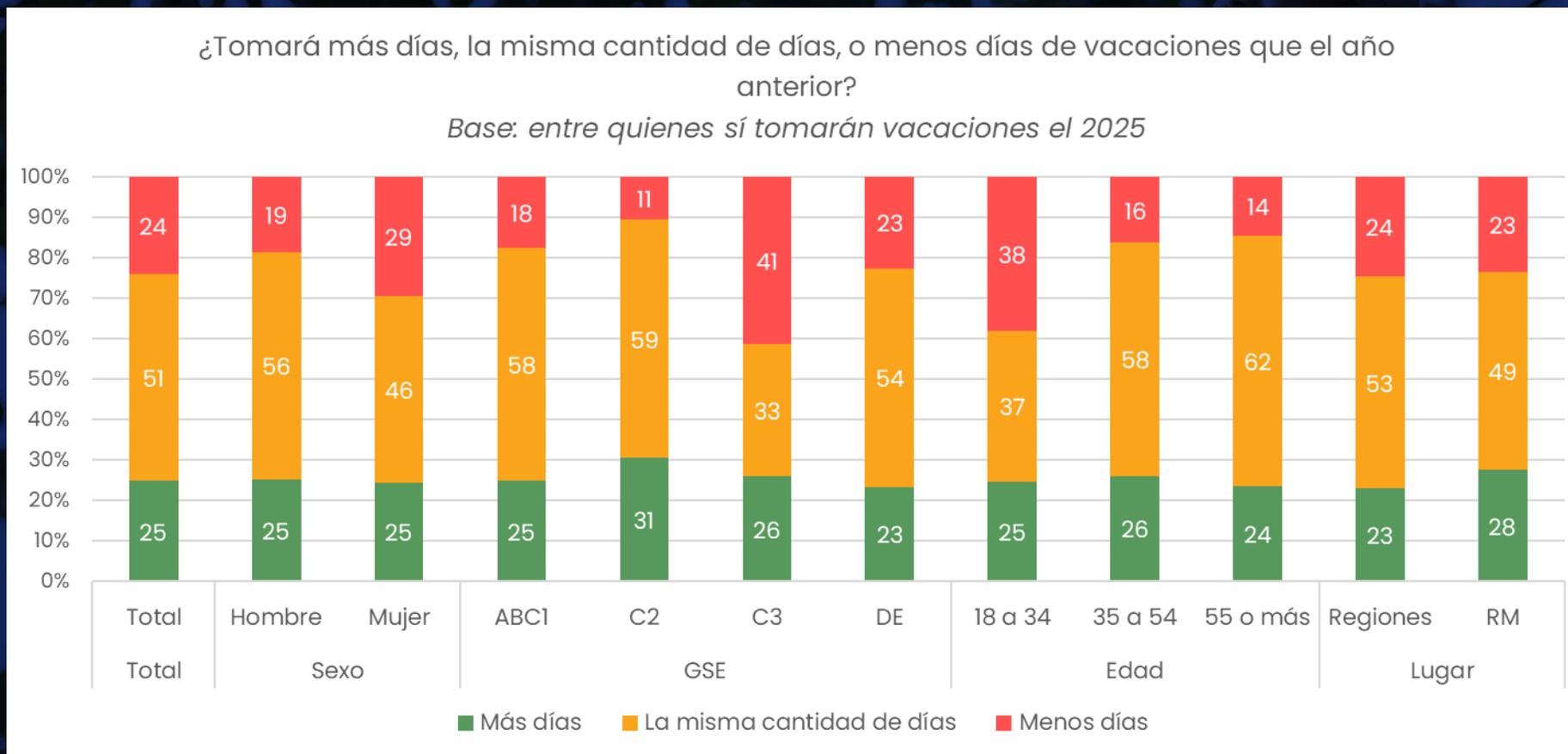
Resultados | Comparación de días con año anterior

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, la mayoría (51%) se tomará la misma cantidad de días que el año anterior.
- Proporción de quienes tomarán la misma cantidad de días que el año anterior disminuyó en 7 puntos porcentuales respecto a la última medición, y aumento en 8 puntos porcentuales los que se tomarán menos días.



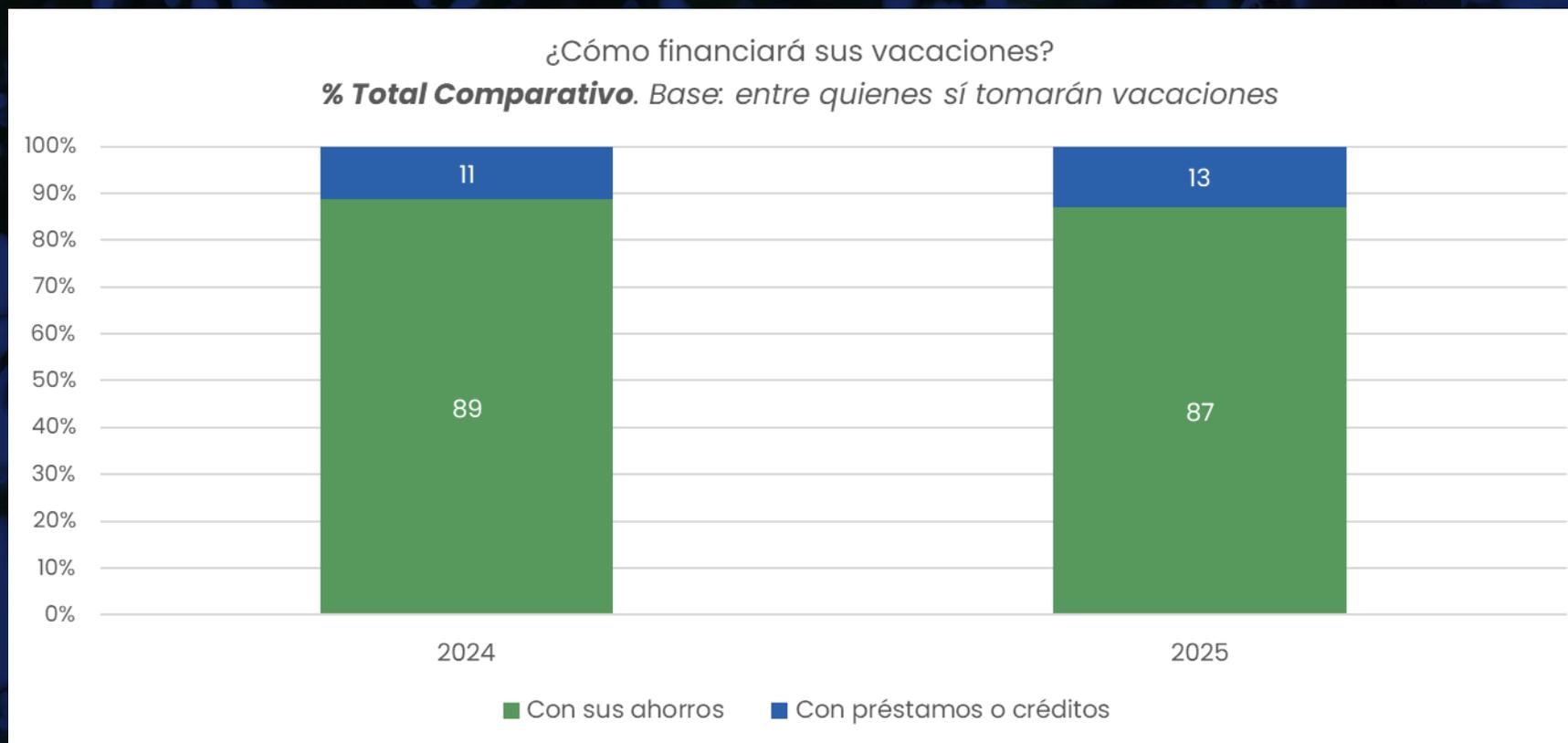
Resultados | Comparación de días con año anterior (Aperturas)

- Proporción de quienes tomarán la misma cantidad de días que el año anterior aumenta entre hombres, GSE ABC1 y C2, y personas mayores de 35 años.



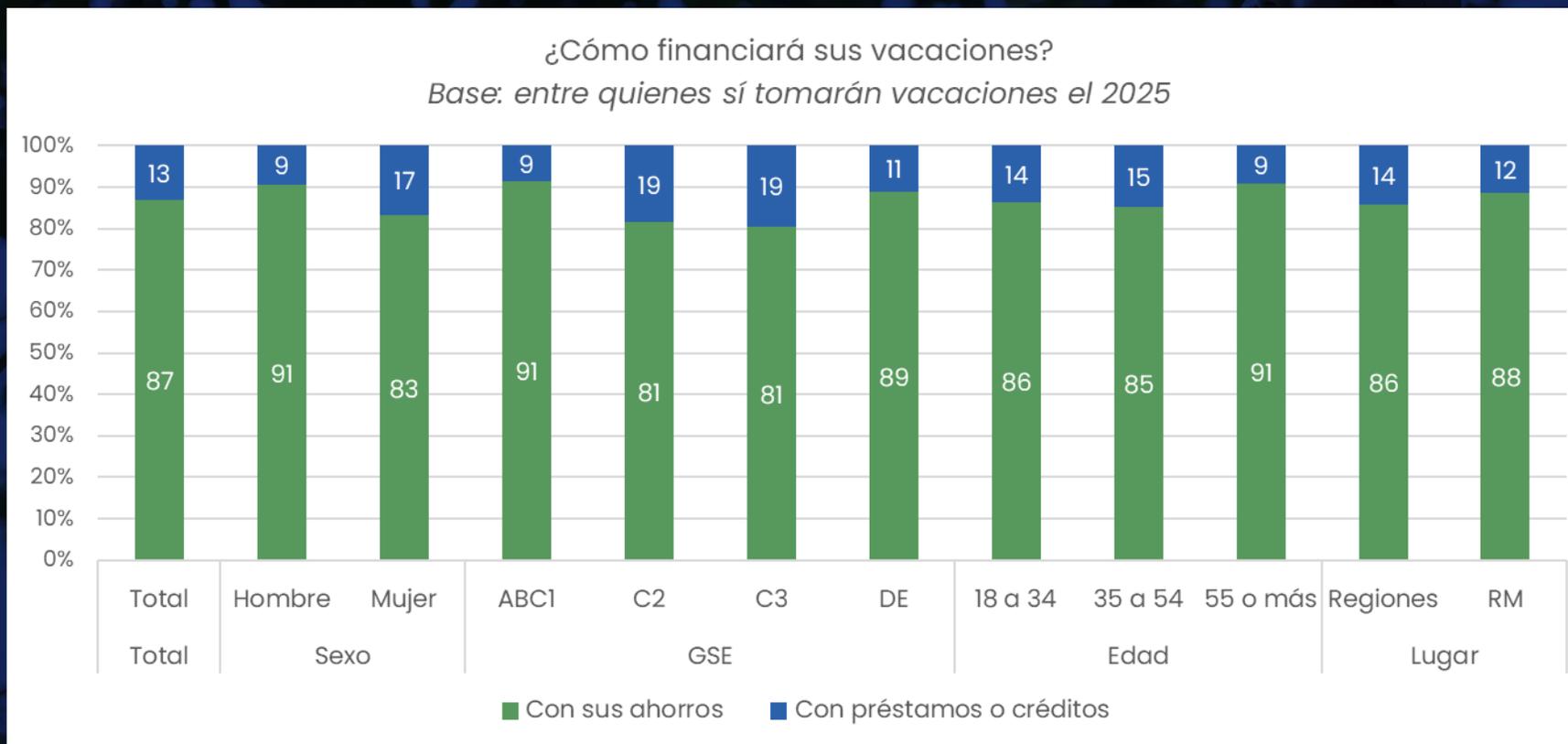
Resultados | ¿Cómo financia sus vacaciones?

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, la mayoría (87%) financia sus vacaciones con sus ahorros.
- Proporción disminuyó en 2 puntos porcentuales respecto a la última medición.



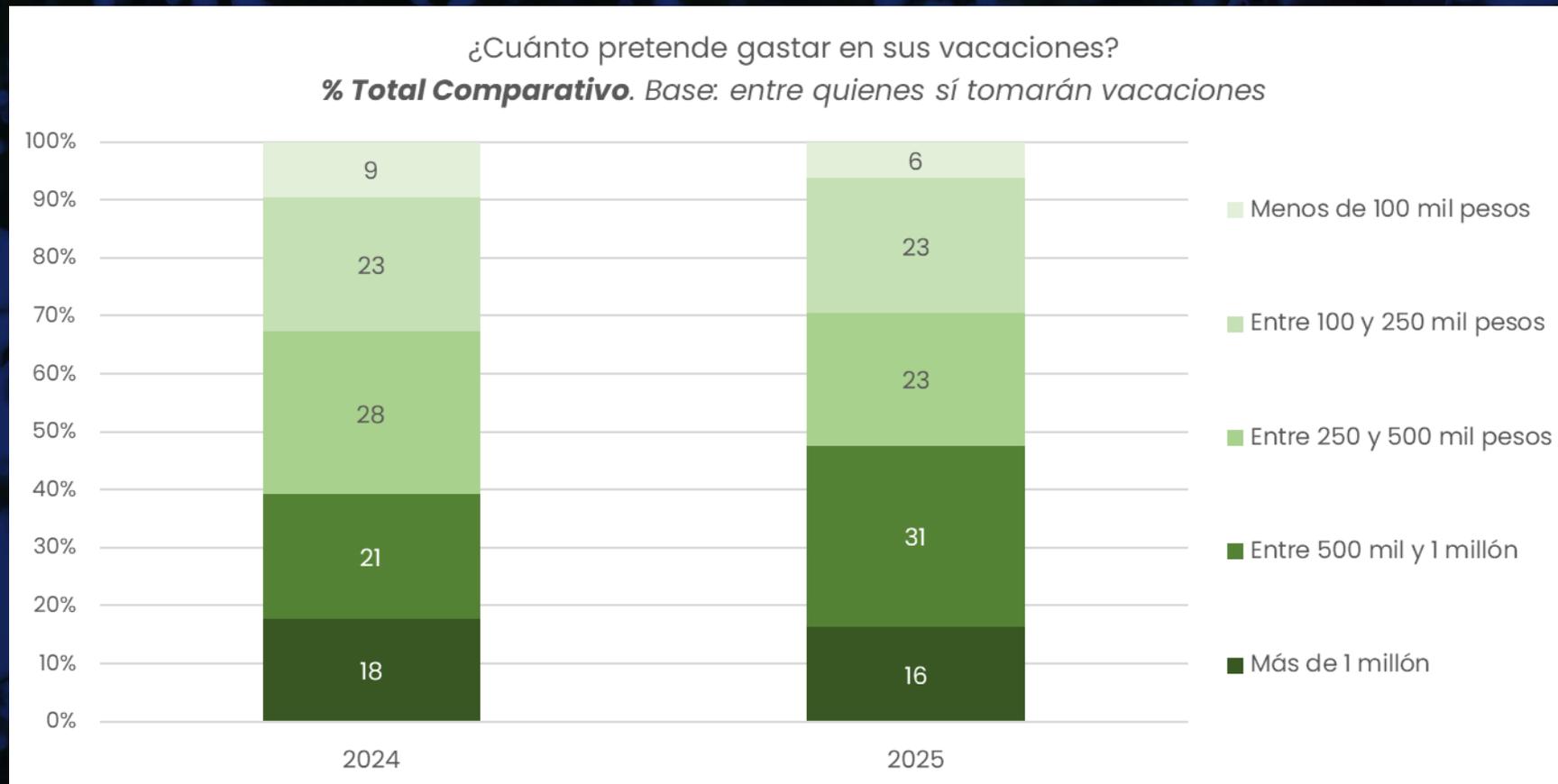
Resultados | ¿Cómo financia sus vacaciones? (Aperturas)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría (87%) financia sus vacaciones con sus ahorros.
- Proporción aumenta entre hombres, GSE ABC1 y personas con 55 o más años.



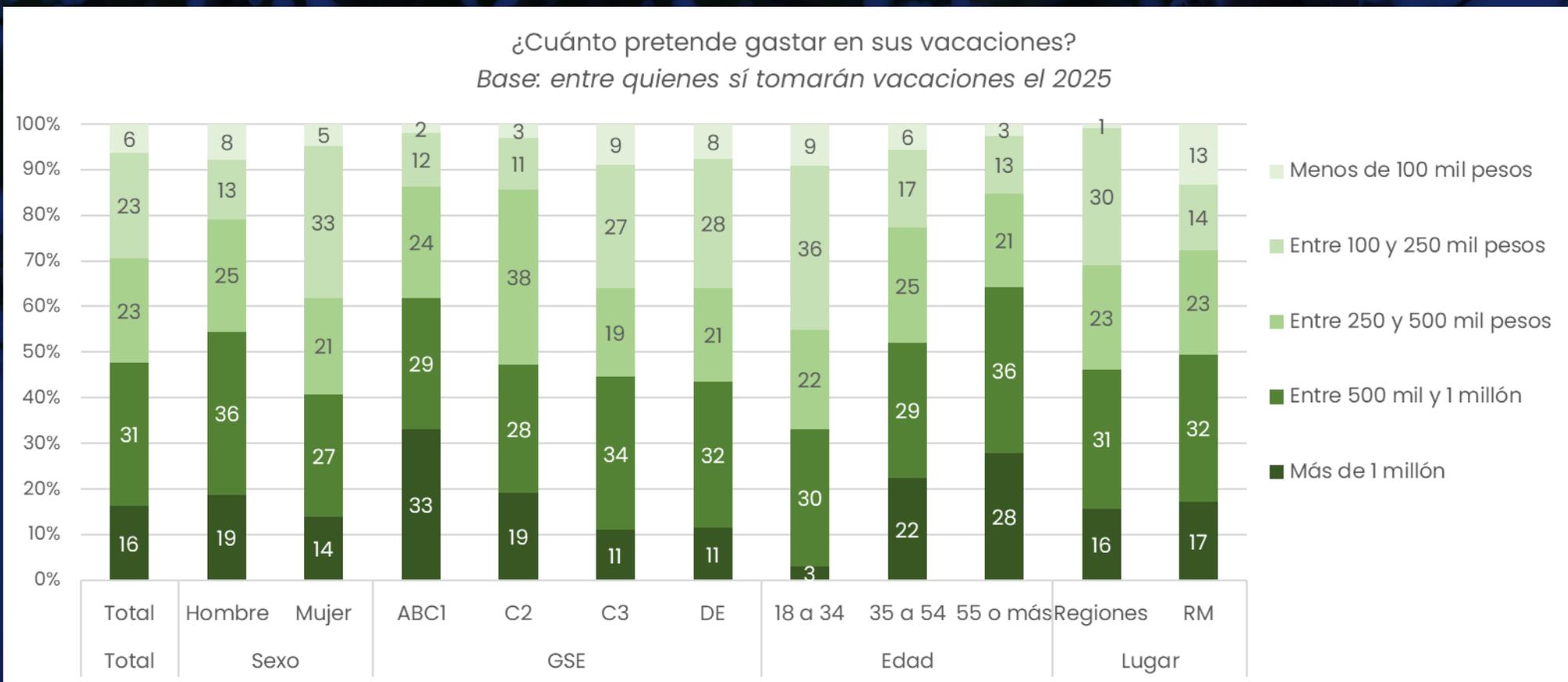
Resultados | ¿Cuánto pretende gastar?

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, la mayoría relativa (31%) pretende gastar entre 500 mil y 1 millón de pesos.
- Proporción de quienes pretenden gastar esta cantidad aumentó en 10 puntos porcentuales respecto a la última medición.



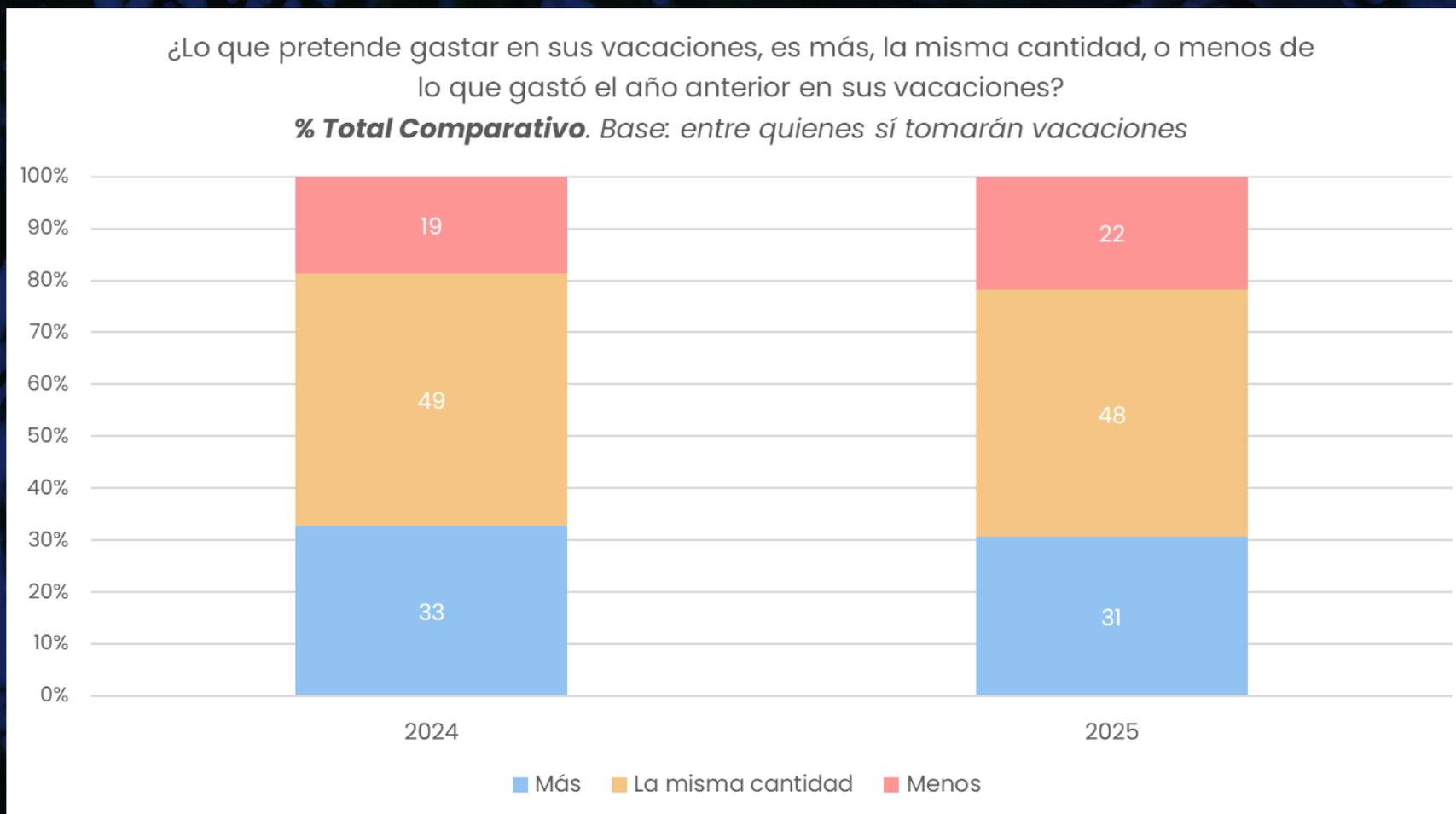
Resultados | ¿Cuánto pretende gastar? (Aperturas)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría relativa (31%) pretende gastar entre 500 mil y 1 millón de pesos.
- Proporción de quienes pretenden gastar esta cantidad aumenta entre hombres, y personas con 55 o más años.



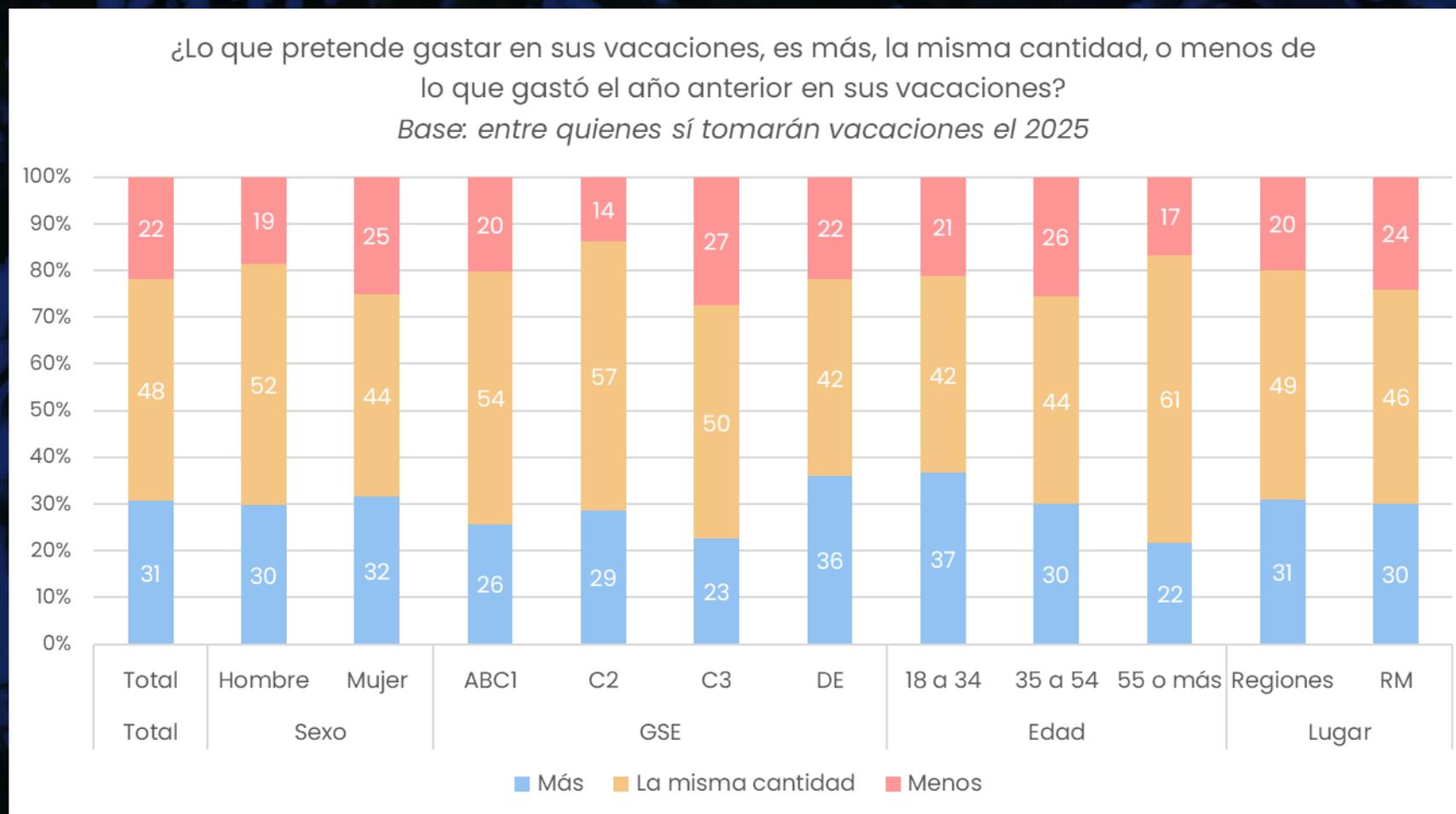
Resultados | Comparación de gasto con año anterior

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, la mayoría relativa (48%) declara que gastará la misma cantidad de dinero que el año anterior.
- Proporción de quienes pretenden gastar lo mismo disminuyó en 1 punto porcentual respecto a la última medición.



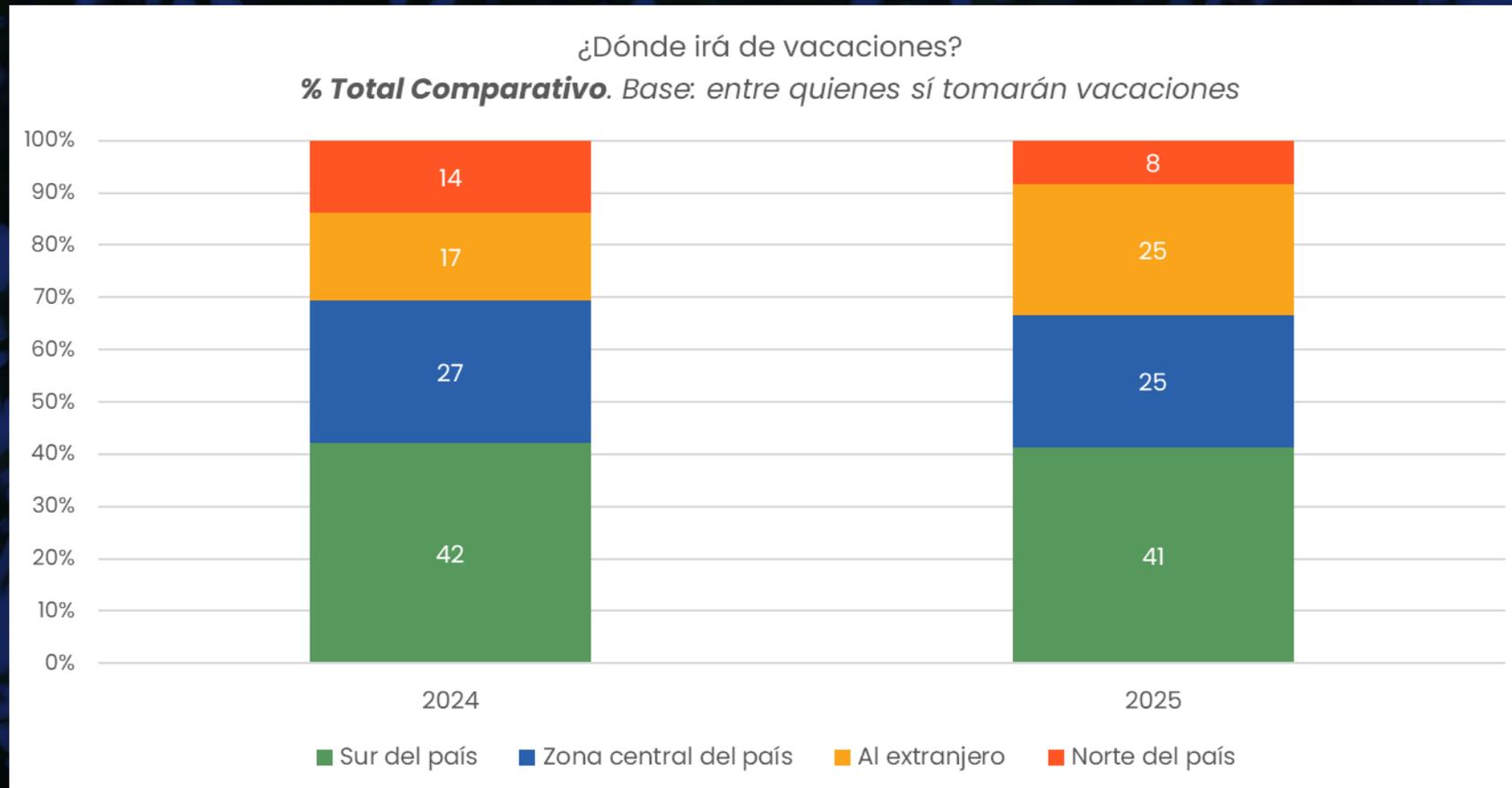
Resultados | Comparación de gasto con año anterior (Aperturas)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría relativa (48%) declara que gastará la misma cantidad de dinero que el año anterior.
- Proporción de quienes pretenden gastar lo mismo aumenta en GSE ABC1 y C2, y a medida que aumenta la edad.



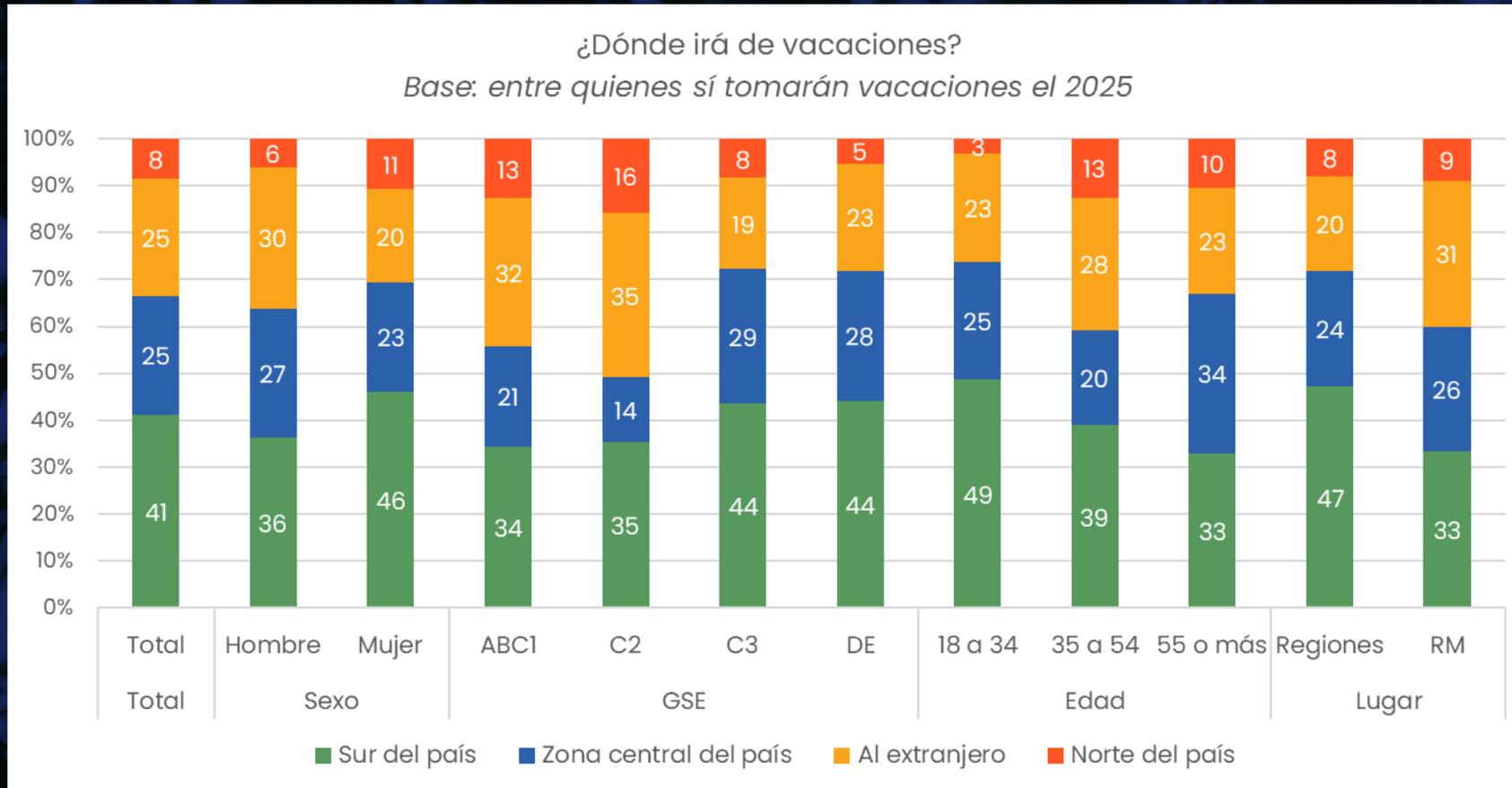
Resultados | Destino de vacaciones

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, la mayoría relativa (41%) declara que irá al sur del país para sus vacaciones.
- Proporción disminuyó en 1 punto porcentual respecto a la última medición.
- Proporción de quienes irán al extranjero aumentó en 8 puntos porcentuales.



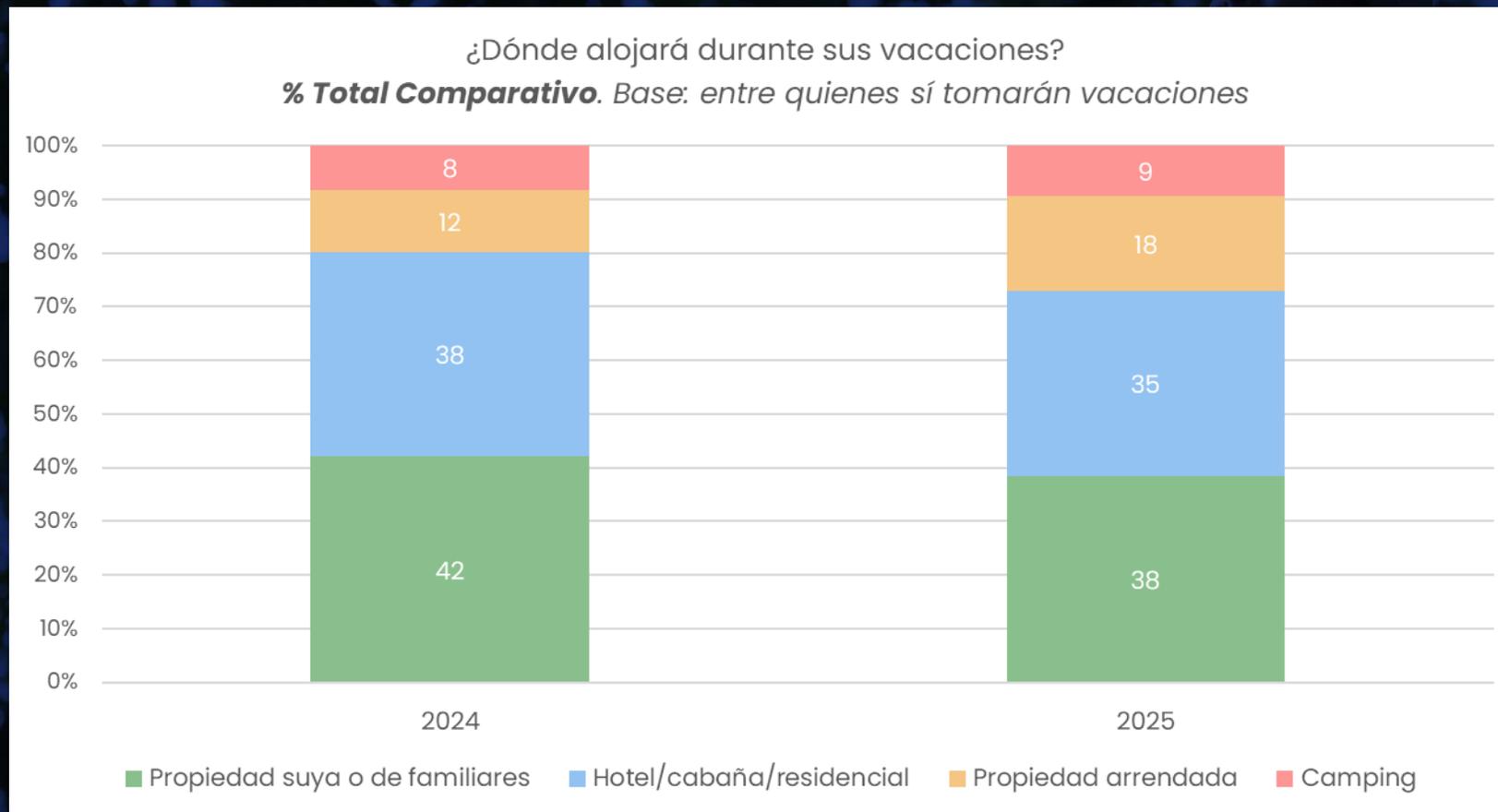
Resultados | Destino de vacaciones (Aperturas)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría relativa (41%) declara que irá al sur del país para sus vacaciones.
- Proporción aumenta entre mujeres, a medida que disminuye la edad, y en Regiones.



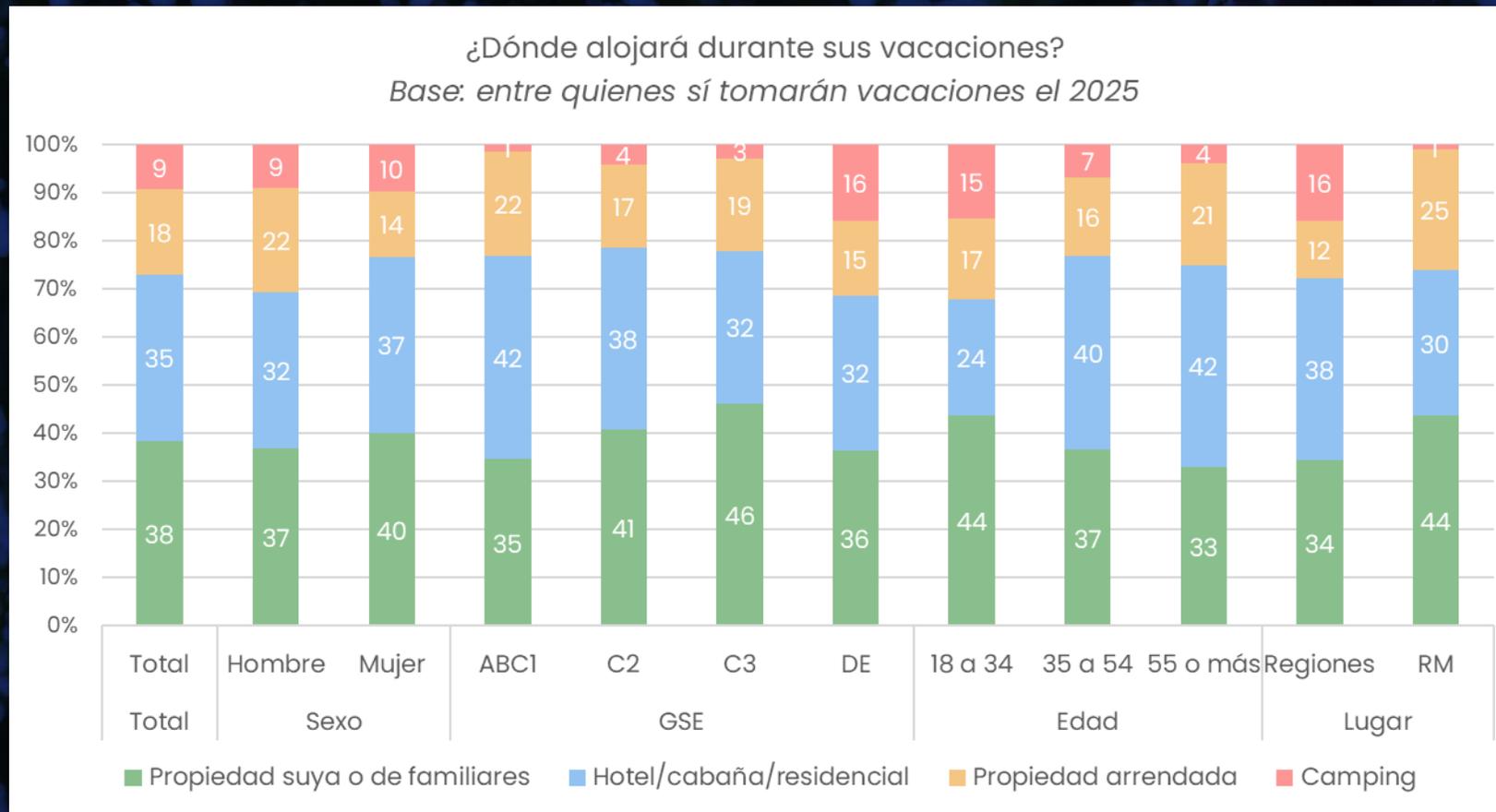
Resultados | Alojamiento

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría relativa (38%) alojará en propiedad suya o de familiares.
- Proporción disminuyó en 4 puntos porcentuales respecto a la última medición.



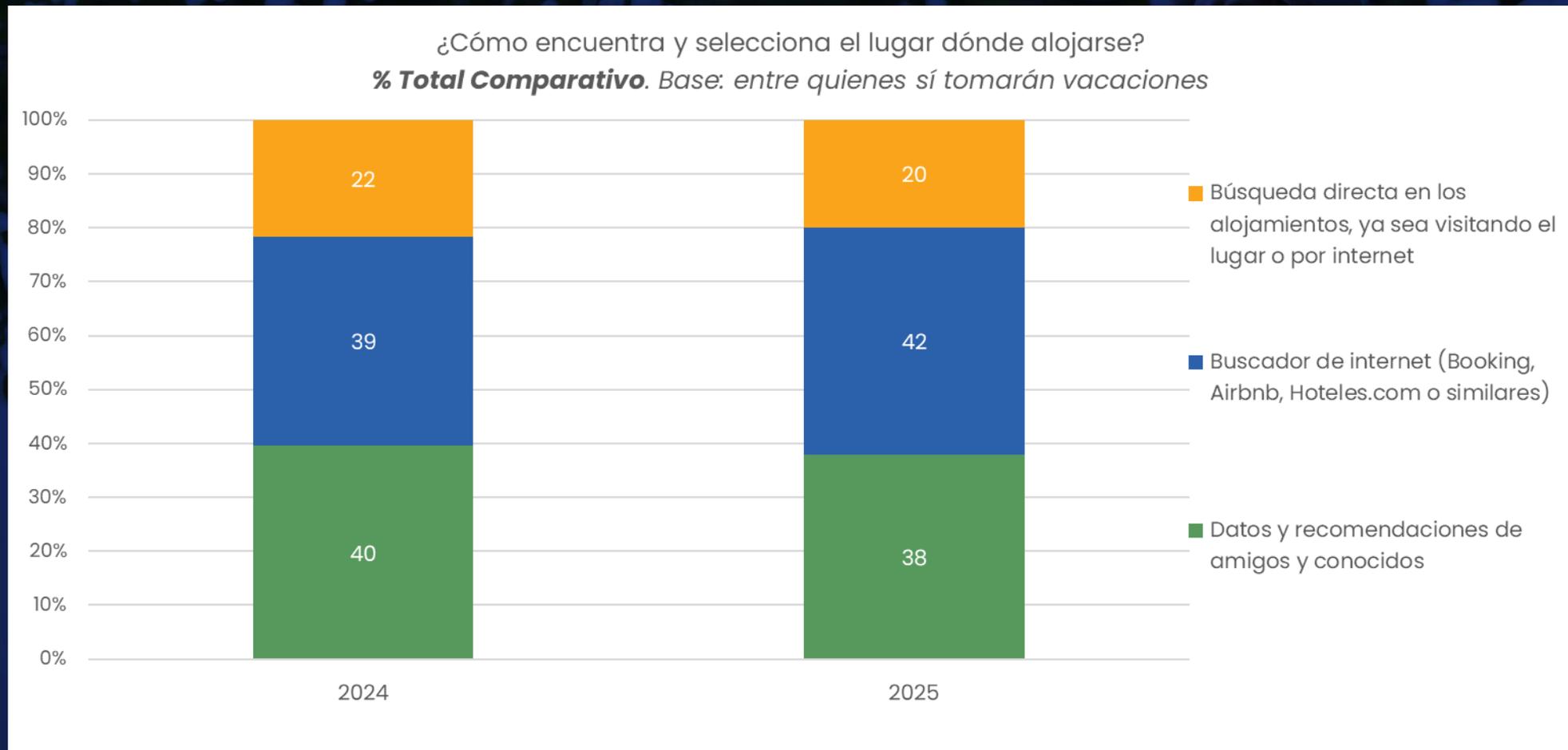
Resultados | Alojamiento (Aperturas)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría relativa (38%) alojará en propiedad suya o de familiares.
- Proporción aumenta entre GSE C3, a medida que disminuye la edad, y en RM.



Resultados | ¿Cómo encuentran alojamiento?

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, la mayoría relativa (42%) encuentra su alojamiento a través de buscadores de internet.
- Proporción aumentó en 3 puntos porcentuales respecto a la última medición.

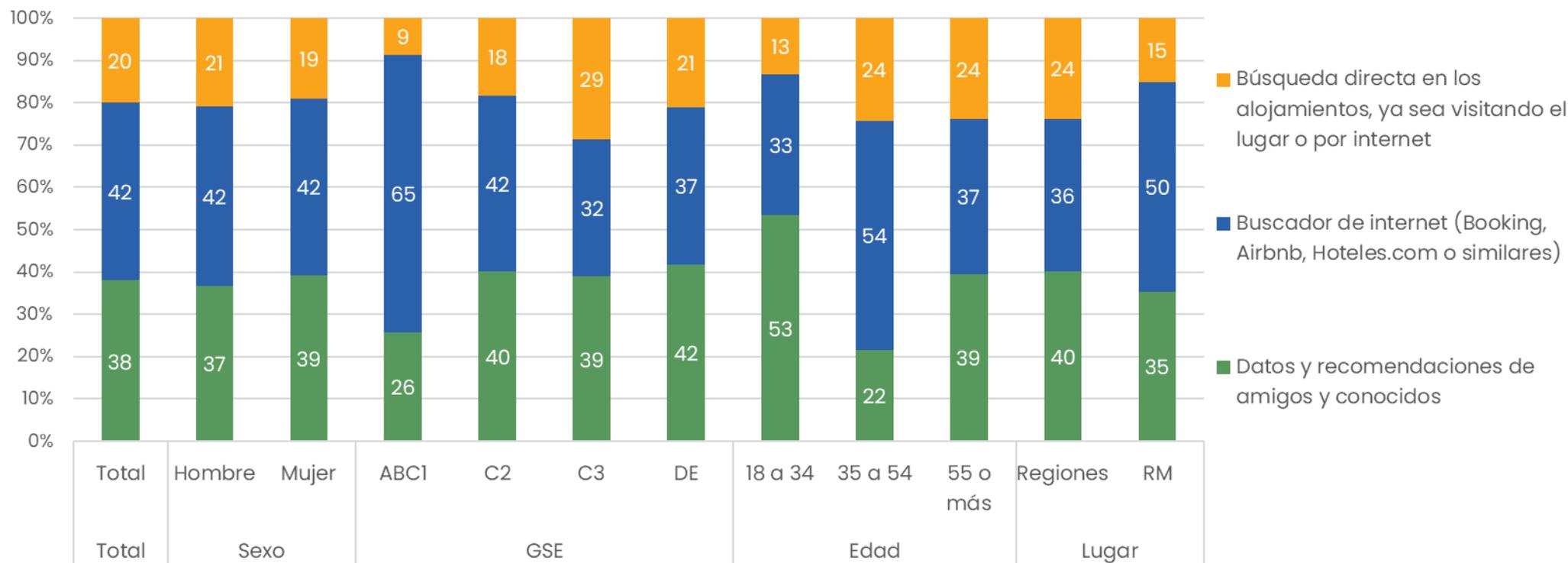


Resultados | ¿Cómo encuentran alojamiento? (Aperturas)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría relativa (42%) encuentra su alojamiento a través de buscadores de internet.
- Proporción aumenta en GSE ABC1, personas con 35 a 54 años, y en RM.

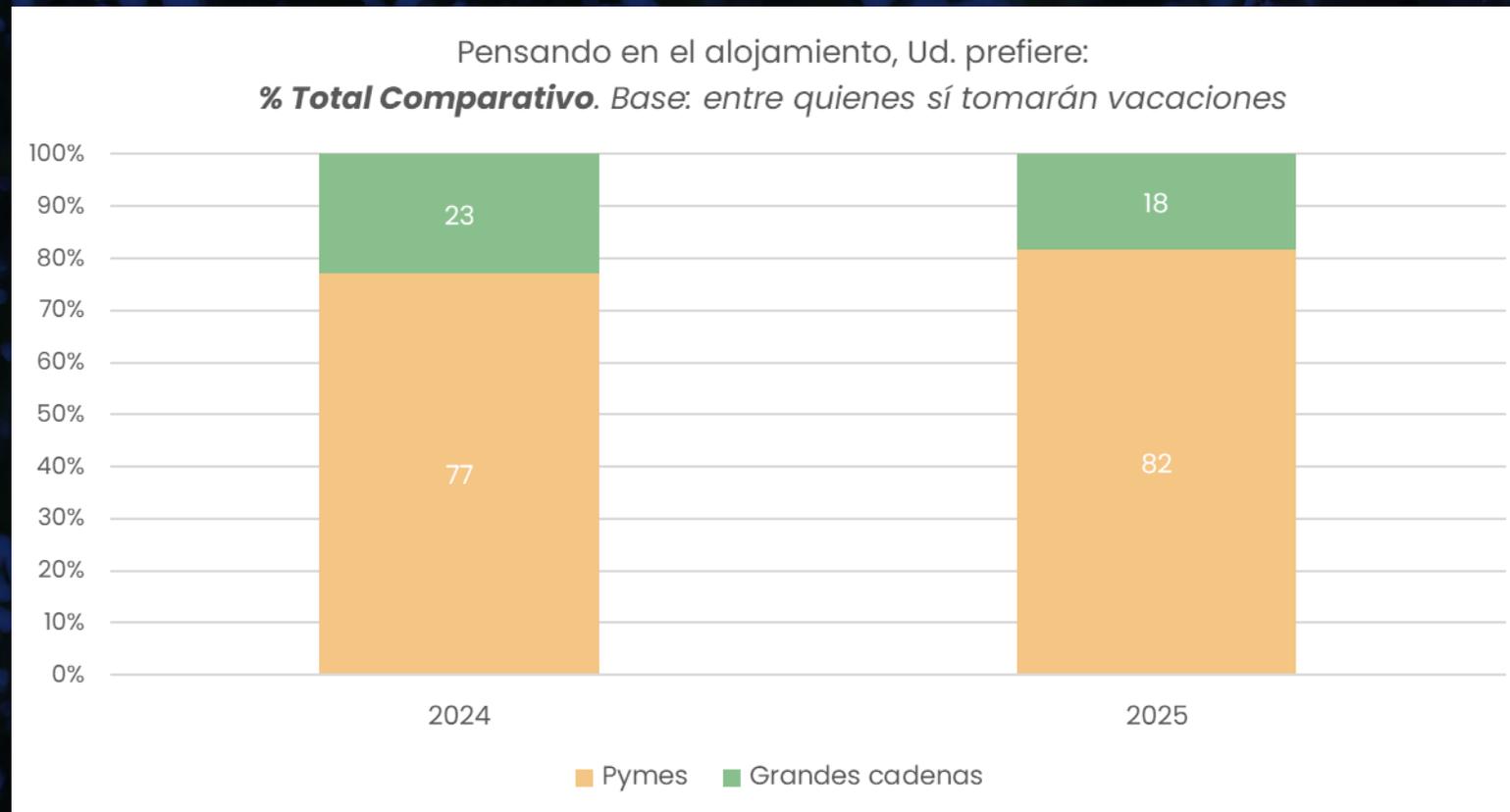
¿Cómo encuentra y selecciona el lugar dónde alojarse?

Base: entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025



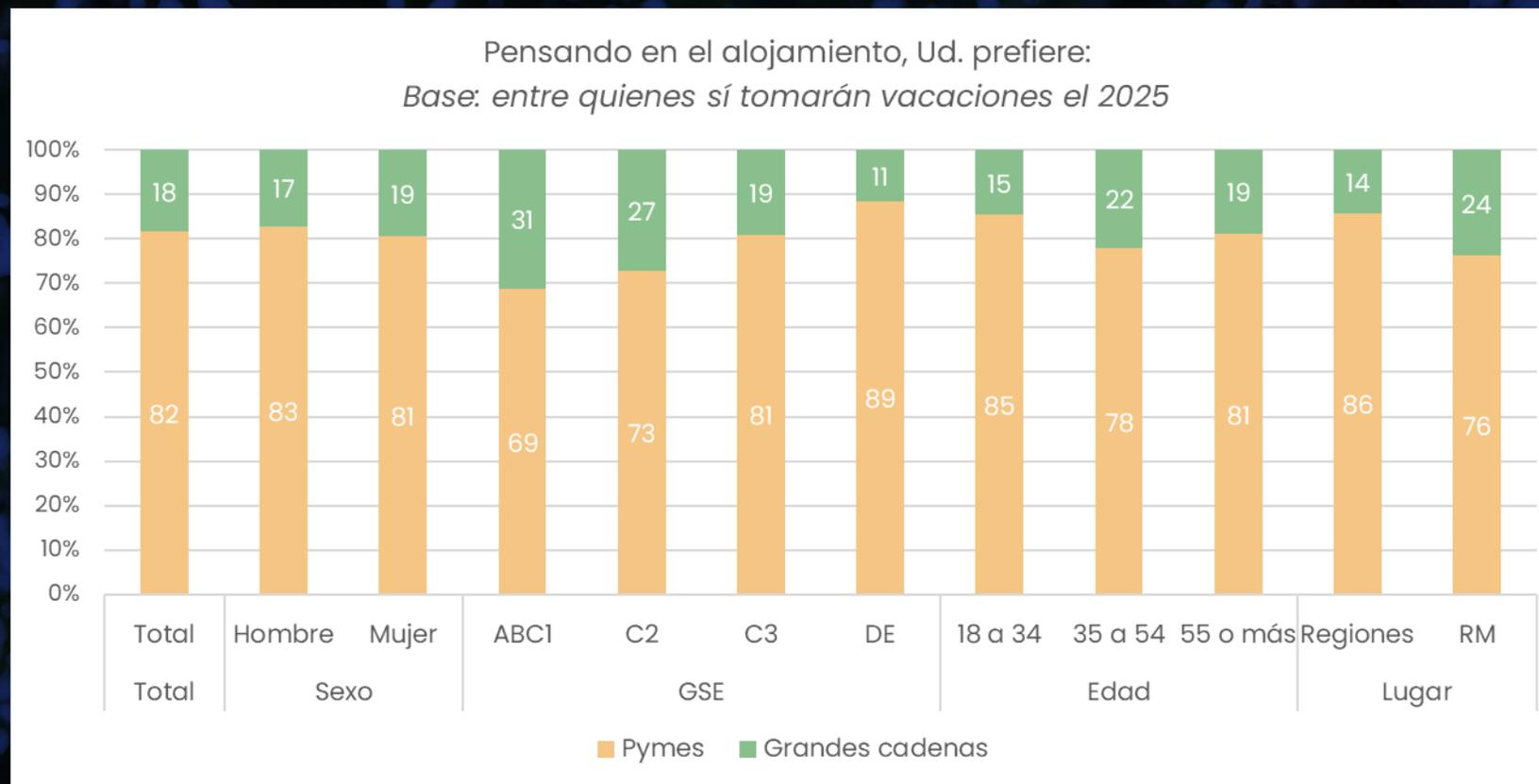
Resultados | Preferencia de alojamientos

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, la mayoría (82%) prefiere alojamientos de PyMEs.
- Proporción aumenta en 5 puntos porcentuales respecto a la última medición.



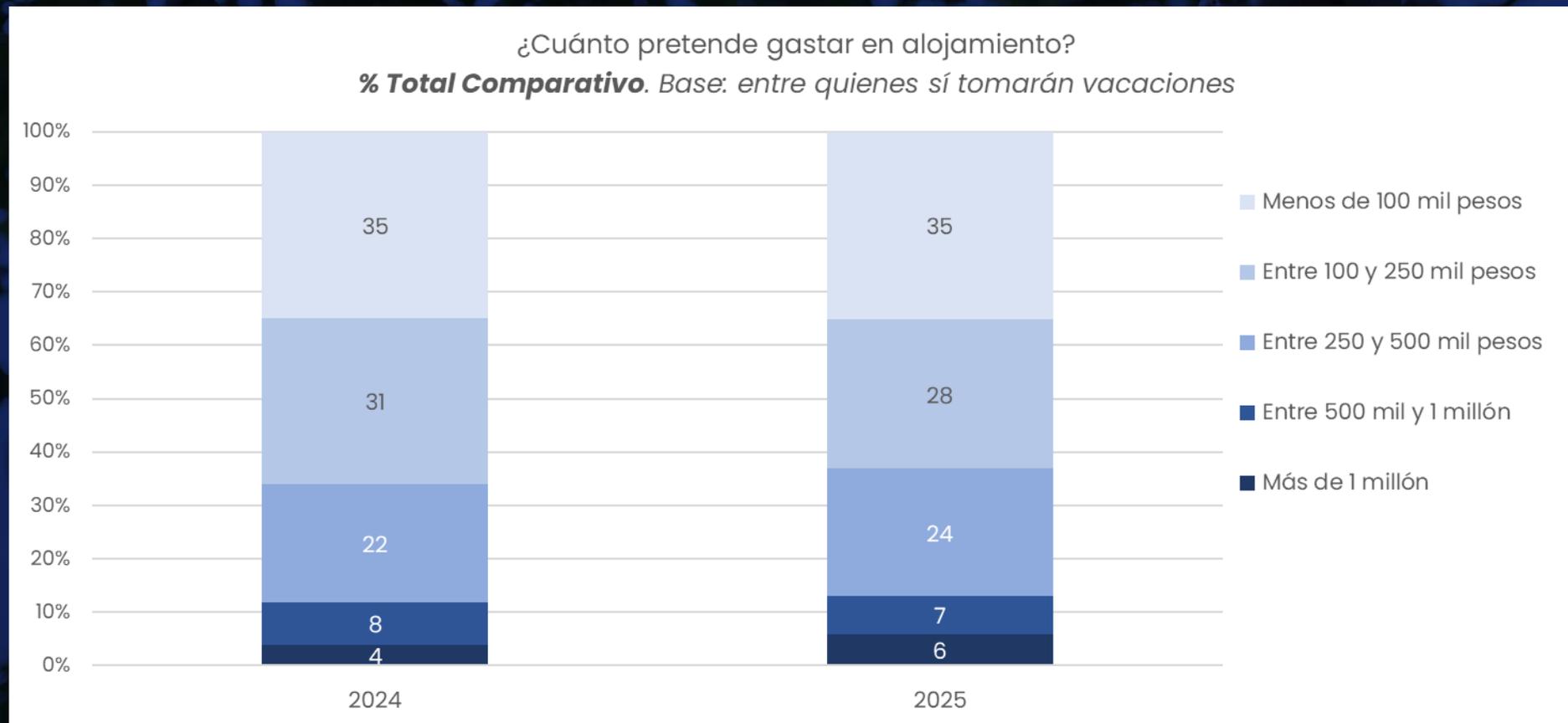
Resultados | Preferencia de alojamientos (Aperturas)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría (82%) prefiere alojamientos de PyMEs.
- Proporción aumenta a medida que disminuye GSE, y en Regiones.



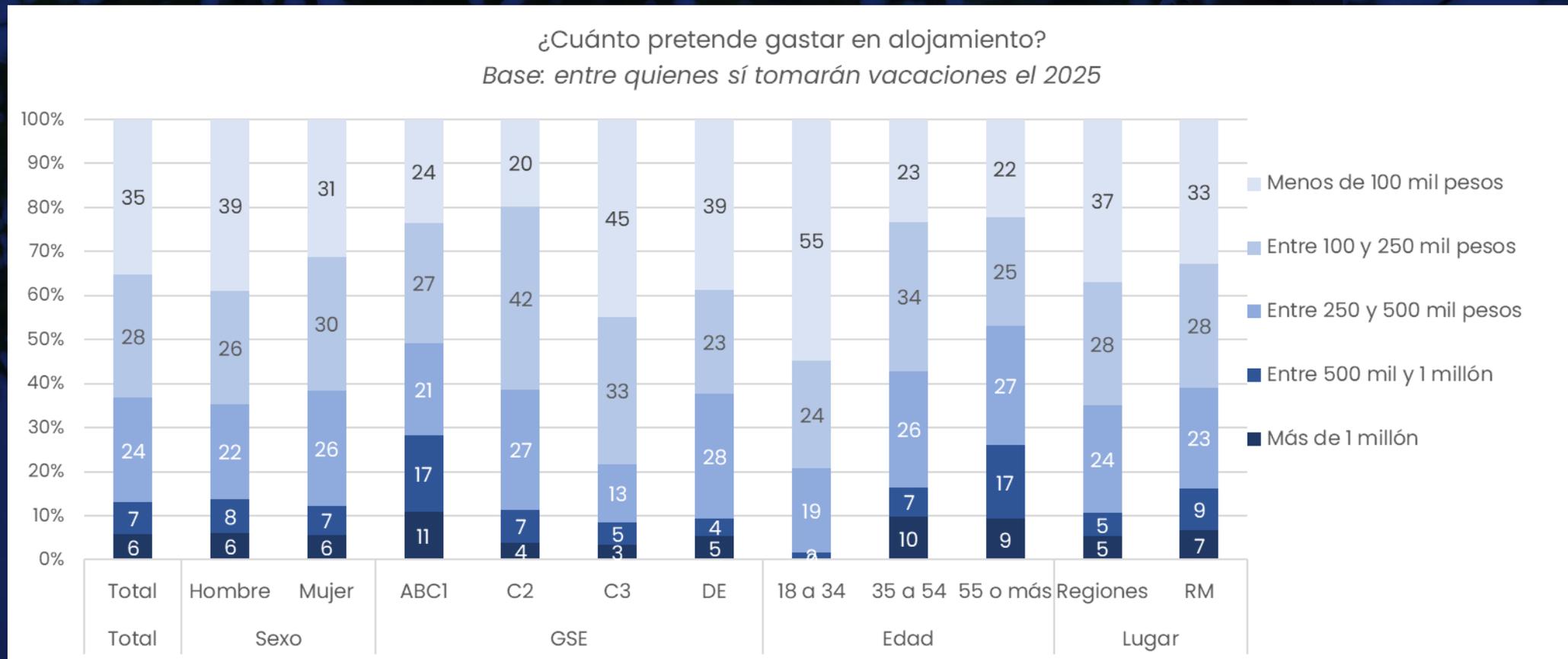
Resultados | Gasto en alojamiento

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, la mayoría relativa (35%) pretende gastar menos de 100 mil pesos en alojamiento.
- Proporción se mantuvo igual respecto a la última medición.



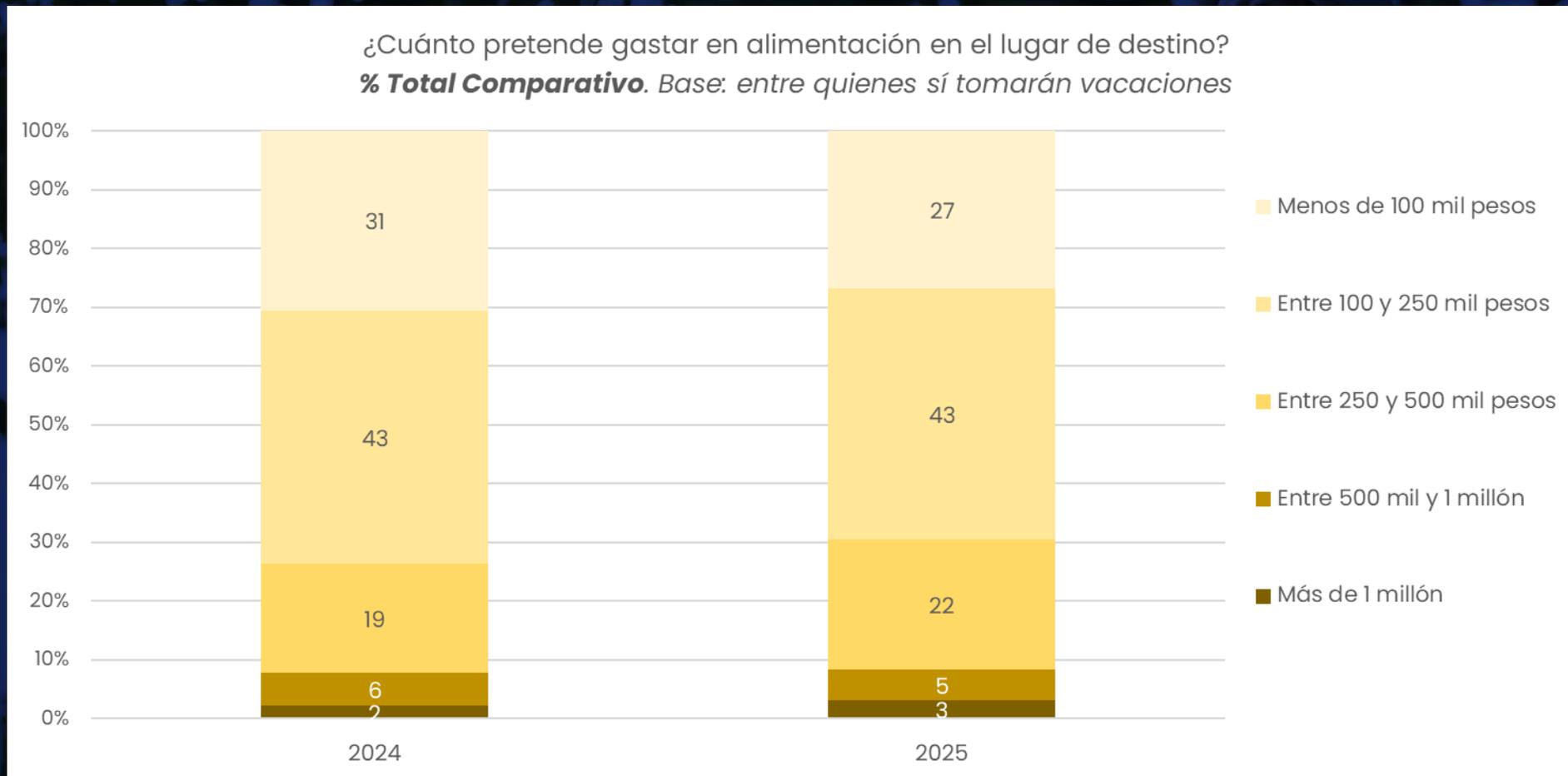
Resultados | Gasto en alojamiento (Aperturas)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría relativa (35%) pretende gastar menos de 100 mil pesos en alojamiento.
- Proporción aumenta entre hombres, GSE C3 y DE, y entre personas con 18 a 34 años.



Resultados | Gasto en alimentación

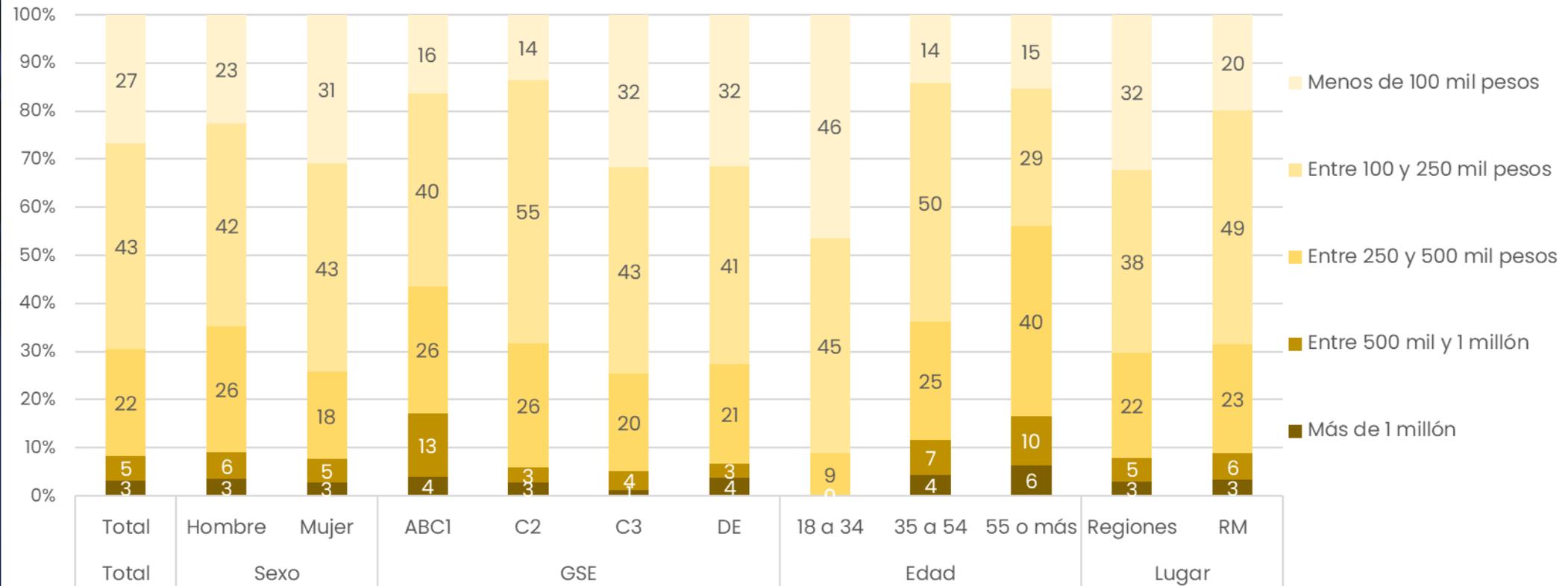
- Entre quienes sí tomarán vacaciones, la mayoría relativa (43%) pretende gastar entre 100 y 250 mil pesos en alimentación.
- Proporción se mantuvo igual respecto a la última medición.



Resultados | Gasto en alimentación (Aperturas)

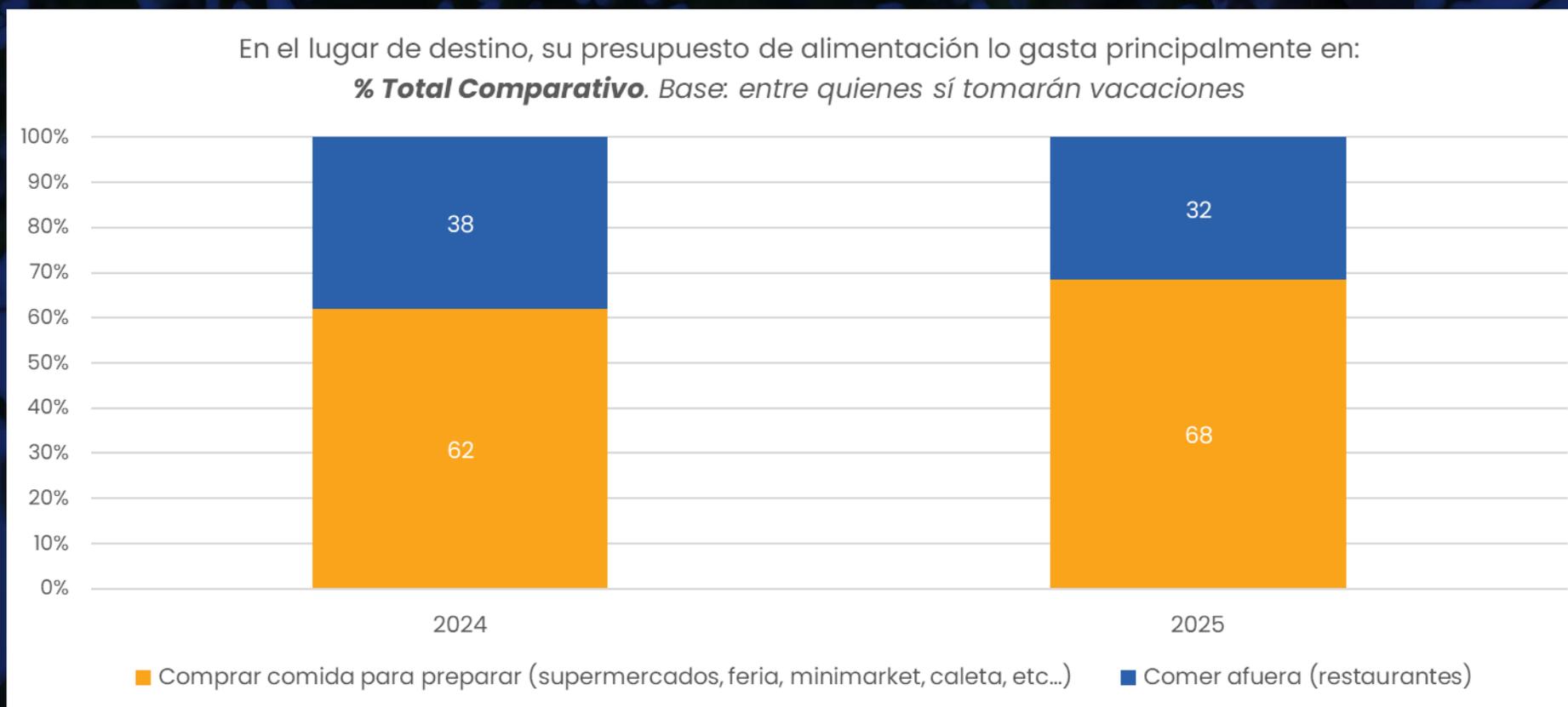
- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría relativa (43%) pretende gastar entre 100 y 250 mil pesos en alimentación.
- Proporción aumenta en GSE C2, personas con 35 a 54 años y en RM.

¿Cuánto pretende gastar en alimentación en el lugar de destino?
Base: entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025



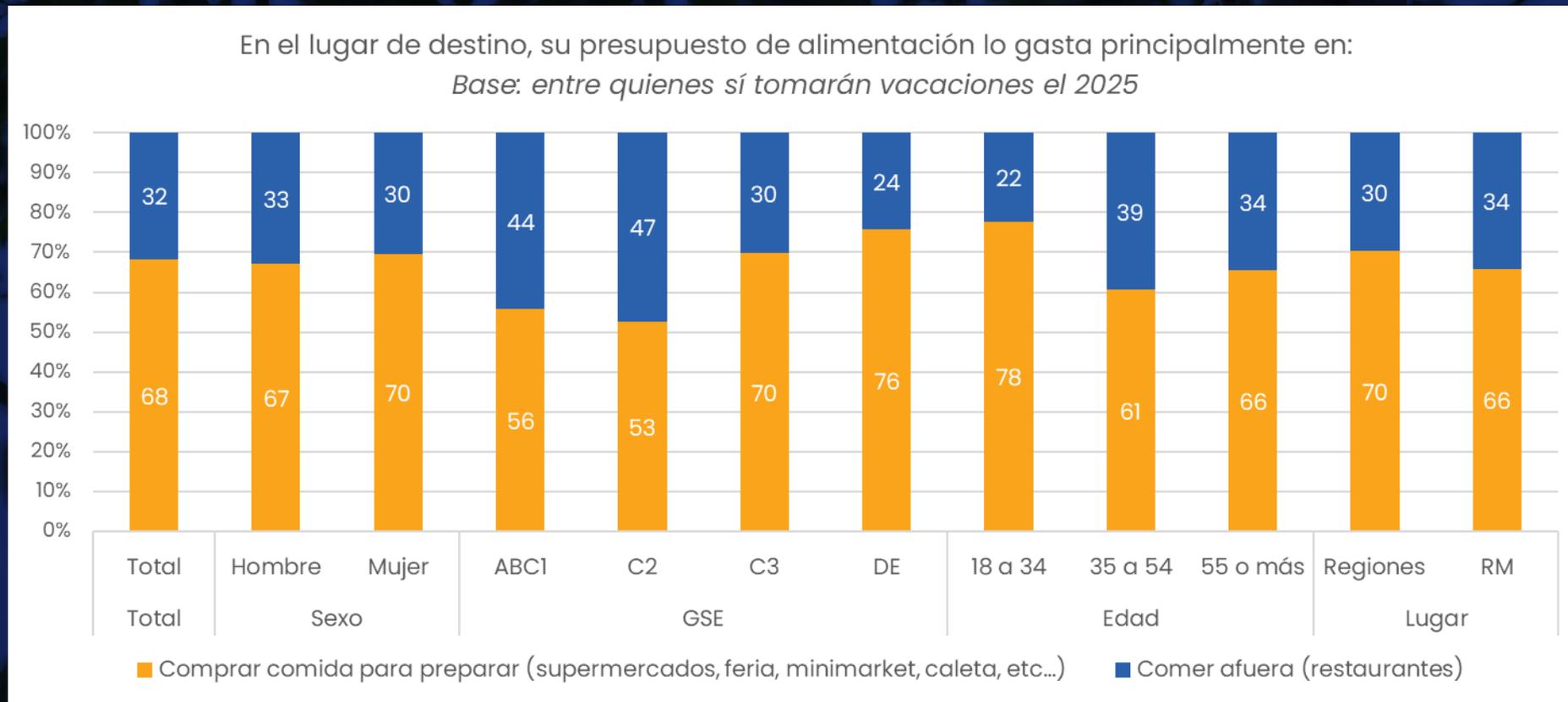
Resultados | ¿Dónde se alimentan?

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, la mayoría (68%) declara que gasta el presupuesto de alimentación en comprar comida para preparar.
- Proporción aumentó en 6 puntos porcentuales respecto a la última medición.



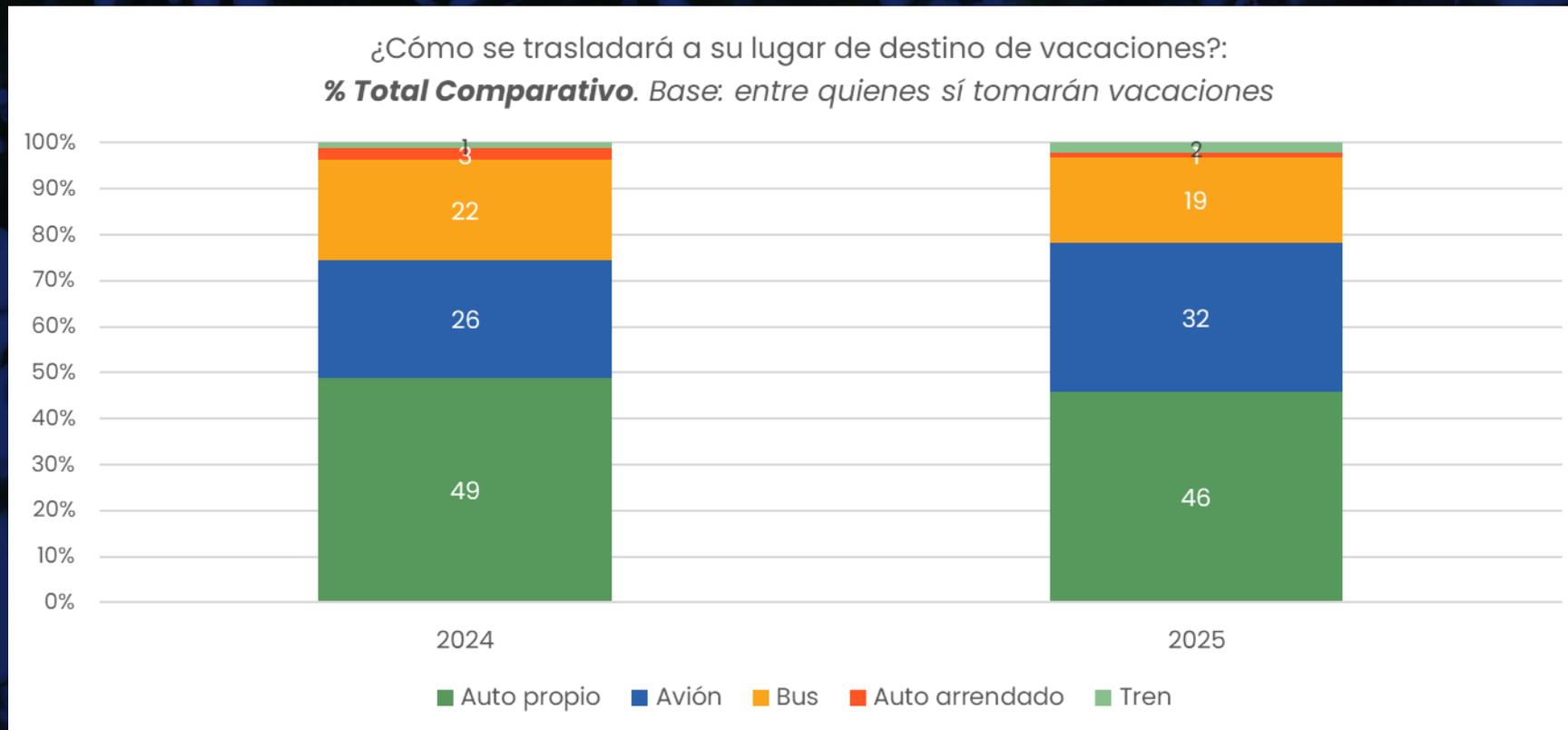
Resultados | ¿Dónde se alimentan? (Aperturas)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría (68%) declara que gasta el presupuesto de alimentación en comprar comida para preparar.
- Proporción aumenta en GSE DE, y personas con 18 a 34 años.



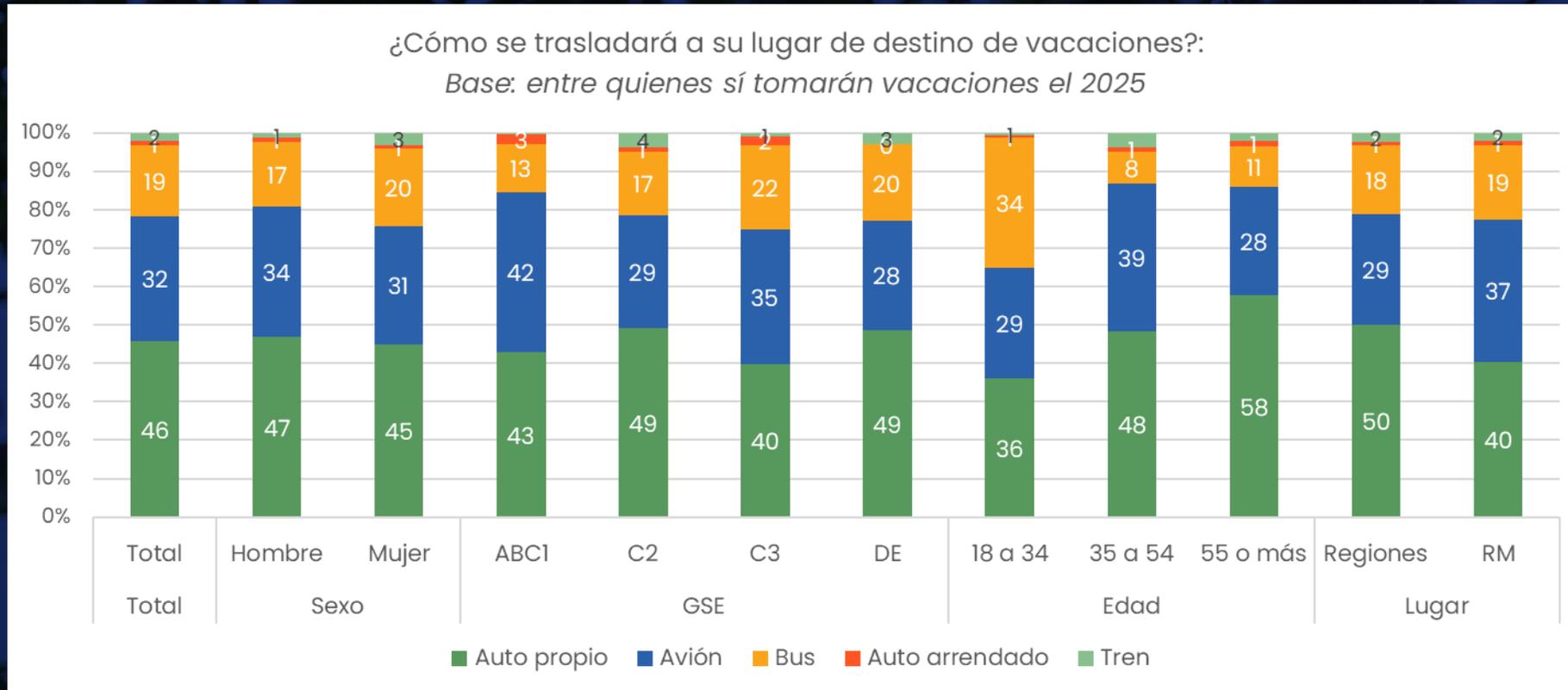
Resultados | Forma de traslado

- Entre quienes sí tomarán vacaciones, la mayoría relativa (46%) declara que se trasladará a su lugar de destino en auto propio.
- Proporción disminuyó en 3 puntos porcentuales respecto a la última



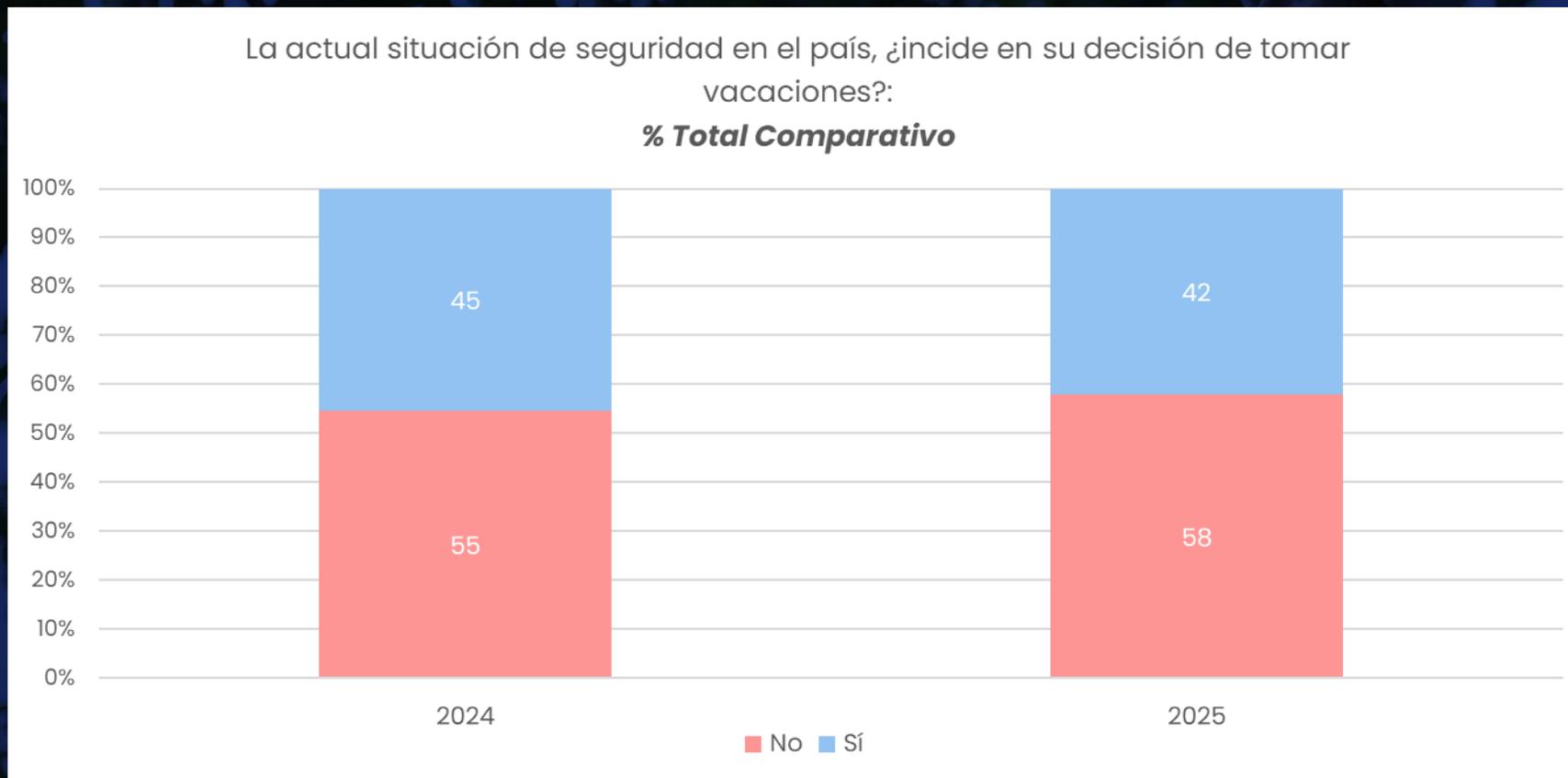
Resultados | Forma de traslado (Aperturas)

- Entre quienes sí tomarán vacaciones el 2025, la mayoría relativa (46%) declara que se trasladará a su lugar de destino en auto propio.
- Proporción aumenta a medida que aumenta la edad, y en regiones.



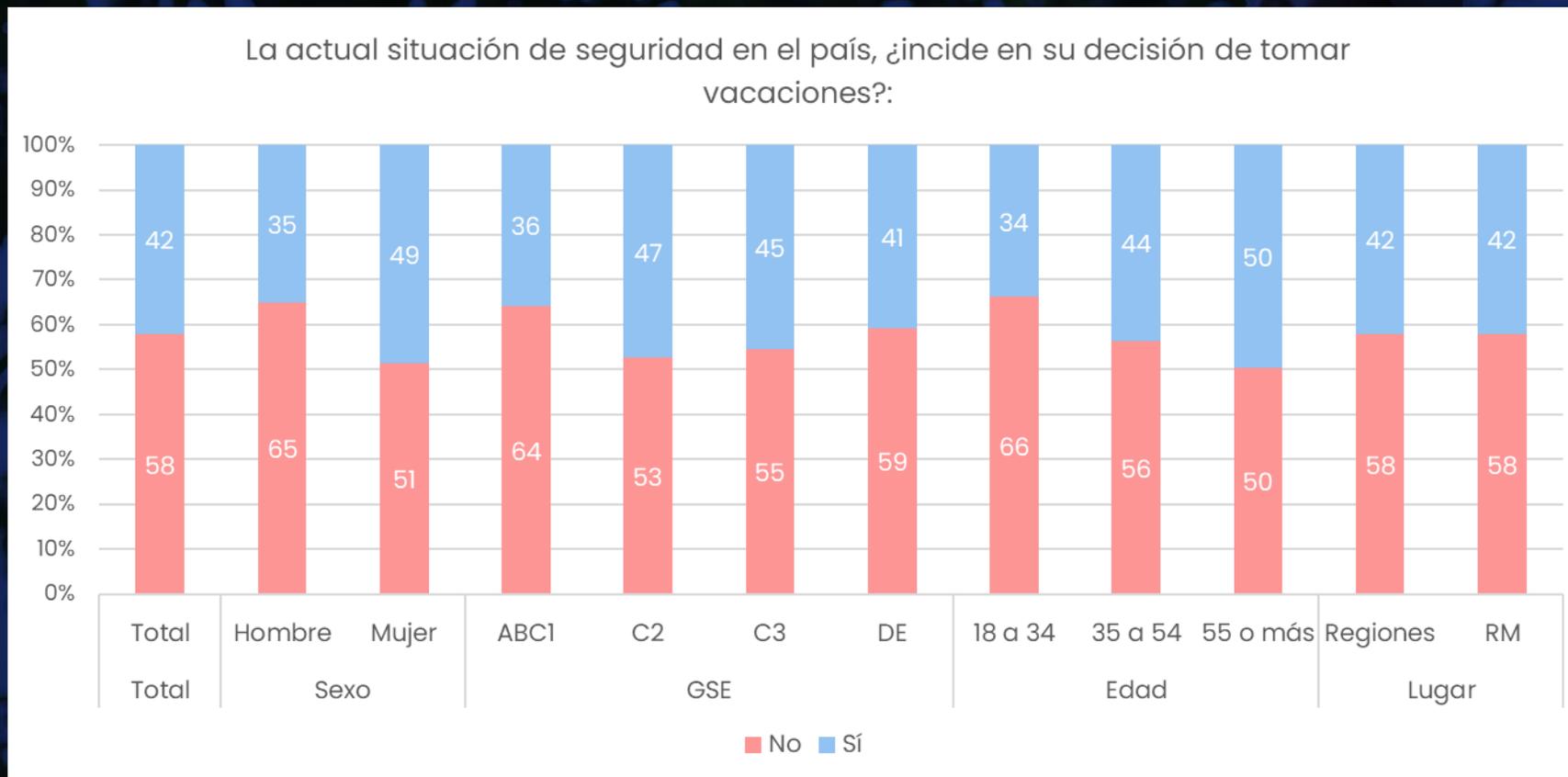
Resultados | Influencia de seguridad en vacaciones

- Un significativo 42% declara que la situación de seguridad en el país sí incide en su decisión de tomar vacaciones.
- Proporción disminuyó en 3 puntos porcentuales respecto a la última medición.



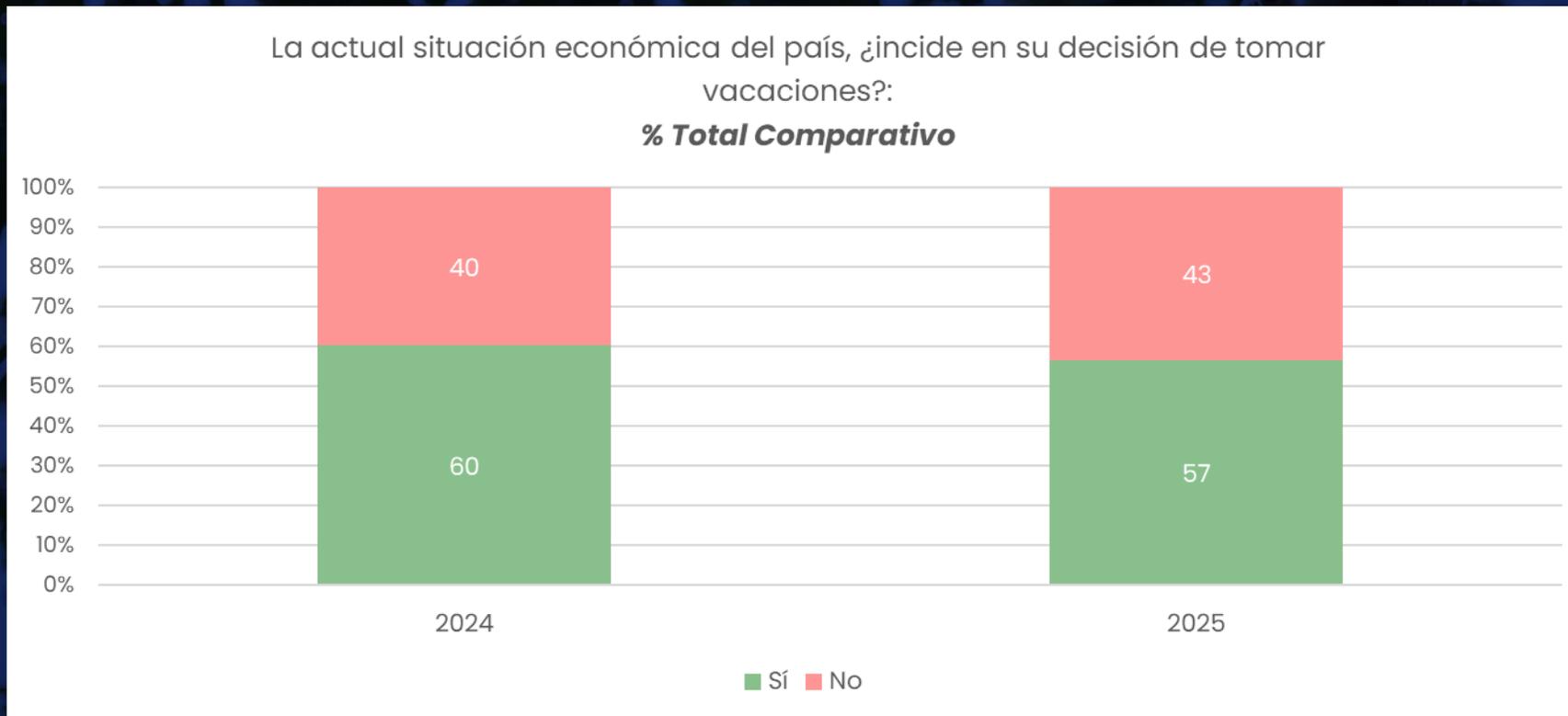
Resultados | Influencia de seguridad en vacaciones (Aperturas)

- Un significativo 42% declara que la situación de seguridad en el país sí incide en su decisión de tomar vacaciones.
- Proporción de quienes declaran que la situación de seguridad sí incide en su decisión de tomar vacaciones aumenta entre mujeres, GSE C2, y a medida que aumenta la edad.



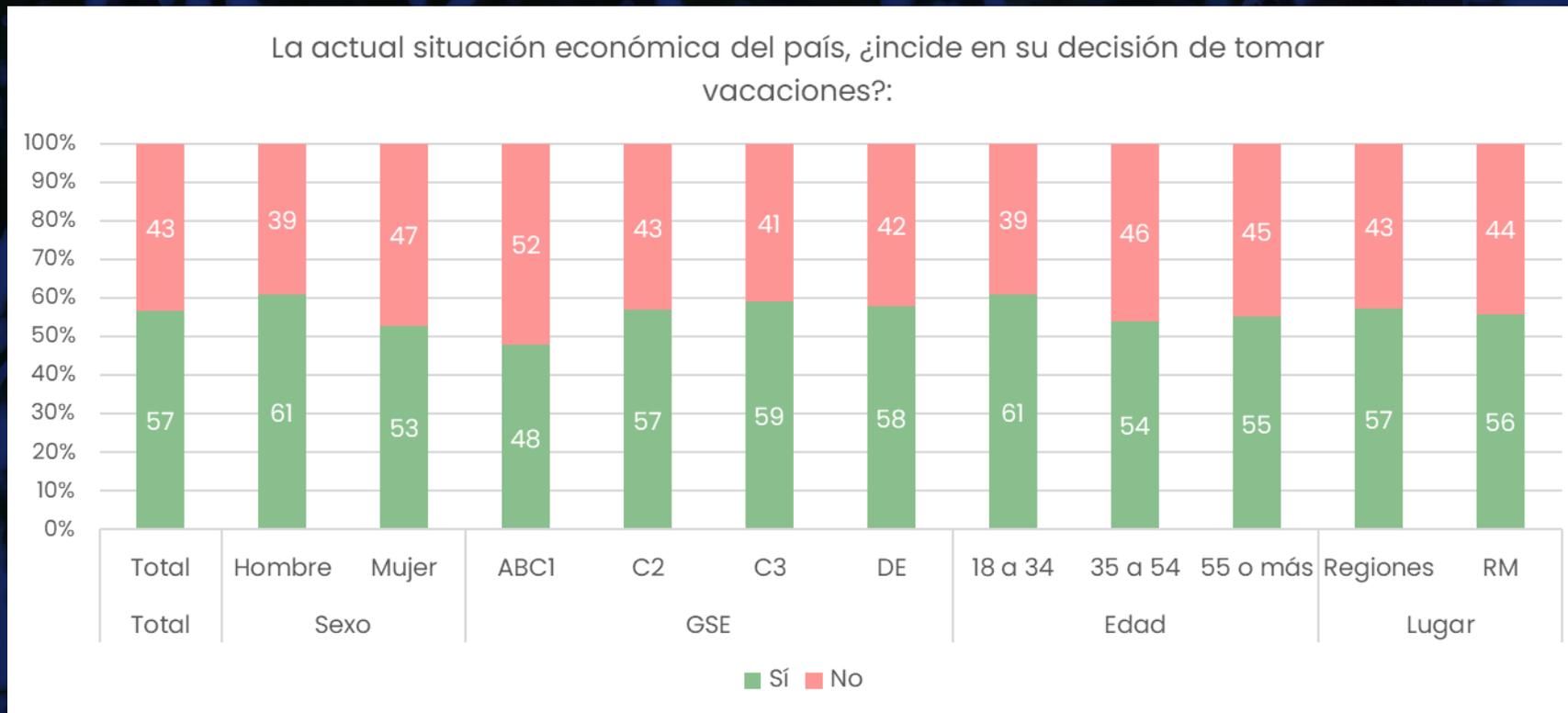
Resultados | Influencia de economía en vacaciones

- La mayoría (57%) declara que la situación económica del país sí incide en su decisión de tomar vacaciones.
- Proporciones similares a la medición anterior.



Resultados | Influencia de economía en vacaciones (Aperturas)

- La mayoría (57%) declara que la situación económica del país sí incide en su decisión de tomar vacaciones.
- Proporción aumenta entre hombres y personas entre 18 a 34 años.



2.1

Hallazgos y
conclusiones



UNIVERSIDAD
Gabriela Mistral
Juntos escribimos tu futuro

BW
Black & White



Resumen Hallazgos y conclusiones

- **Vacaciones en febrero:** La mayoría relativa (47%) tomará vacaciones el 2025. De estas personas, el 37% lo hará en febrero, presentando una disminución de 8 puntos porcentuales respecto al 2024. Entre quienes no tomarán vacaciones (35%), la falta de recursos es la razón principal para no hacerlo, con un 58% que la menciona.
- **Austeridad en las vacaciones:** La cantidad de personas que declara que se tomará menos días de vacaciones aumentó en 8 puntos, con un presupuesto similar al del año pasado, comiendo más en casa, y privilegiando las pymes para el alejamiento.
- **El sur se consolida como el destino más popular:** La mayoría relativa (41%) declara que lo visitará para sus vacaciones, manteniéndose muy similar al año pasado (42%). Proporción de personas que irán al extranjero aumentó en 8 puntos porcentuales.
- **Alojamiento = Conocidos o por internet:** Mayoría relativa: alojará en propiedad suya o de familiares (38%); encuentra su alojamiento a través de buscadores de internet (42%). Además, la gran mayoría (82%) prefiere PyMes, presentando un aumento de 5 puntos porcentuales respecto a la última medición.
- **Economía incide en decisión de tomar vacaciones, inseguridad también:** La mayoría (57%) declara que la situación económica del país sí incide en su decisión de tomar vacaciones, y un significativo 42% declara que sí incide la situación de seguridad.



UNIVERSIDAD
Gabriela Mistral

Juntos escribimos tu futuro

BW
Black & White

