

# INFORME

## PERCEPCIÓN REGIONAL COVID19 y Turismo

---

REGIÓN DE AYSÉN

Noviembre - 2020



# CONTEXTO

A partir del mes de Junio 2020, cómo **iniciativa de AG Hielo Norte** de la localidad de Puerto Río Tranquilo (característica por el Atractivo Turístico Capillas de Mármol y punto de partida hacia Glaciar Exploradores), **el equipo de profesionales SERNATUR se suma apoyando** en la estructuración del instrumento que fue utilizado en la Consulta Ciudadana **y en el procesamiento de la información recopilada.**

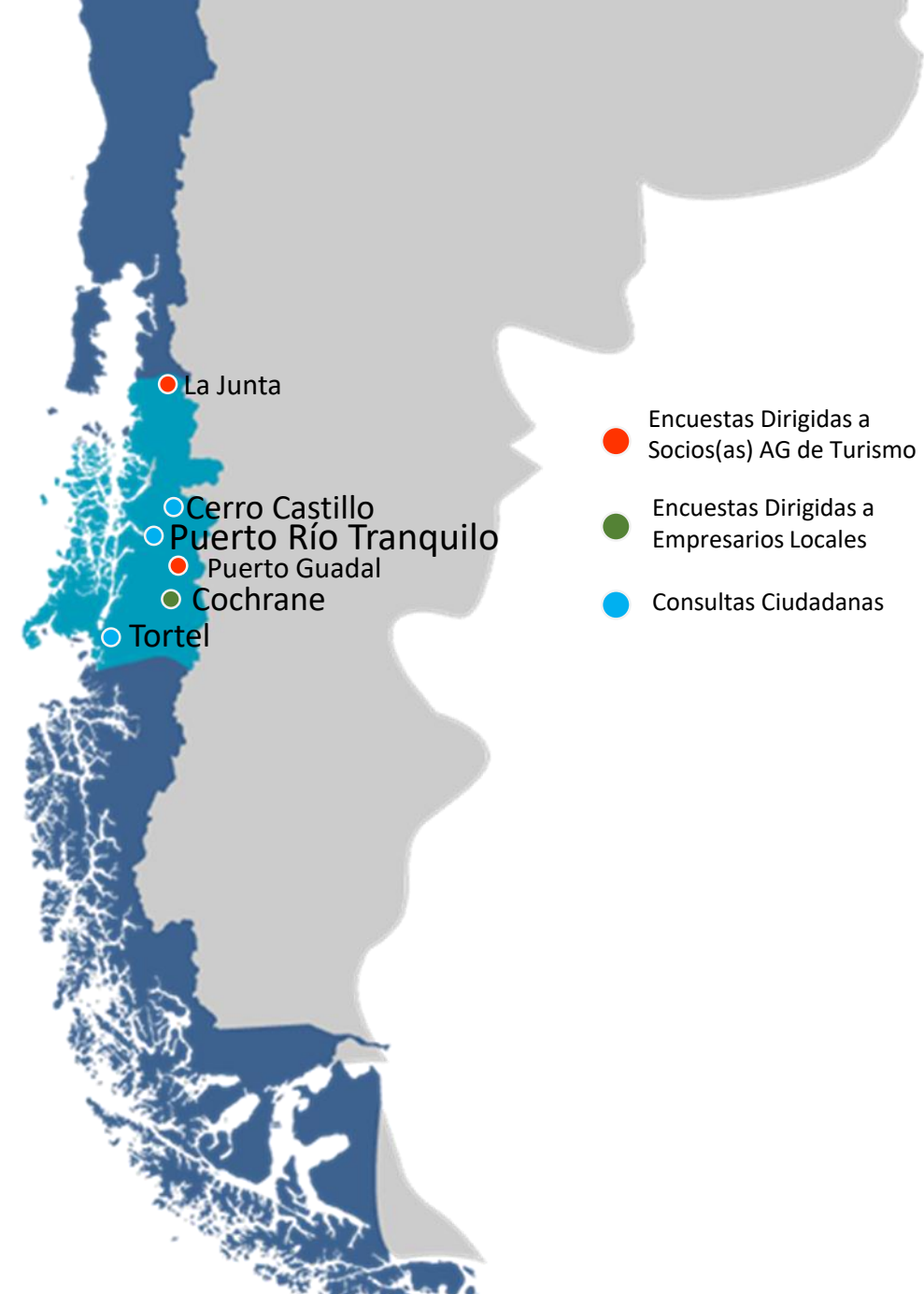
**Esta recopilación de la percepción de los vecinos(as) permitió a los actores locales,** organizar una mesa de trabajo con su municipio (Ibáñez) para **identificar acciones a implementar en el corto plazo** relacionado al escenario que el COVID-19 nos presenta.

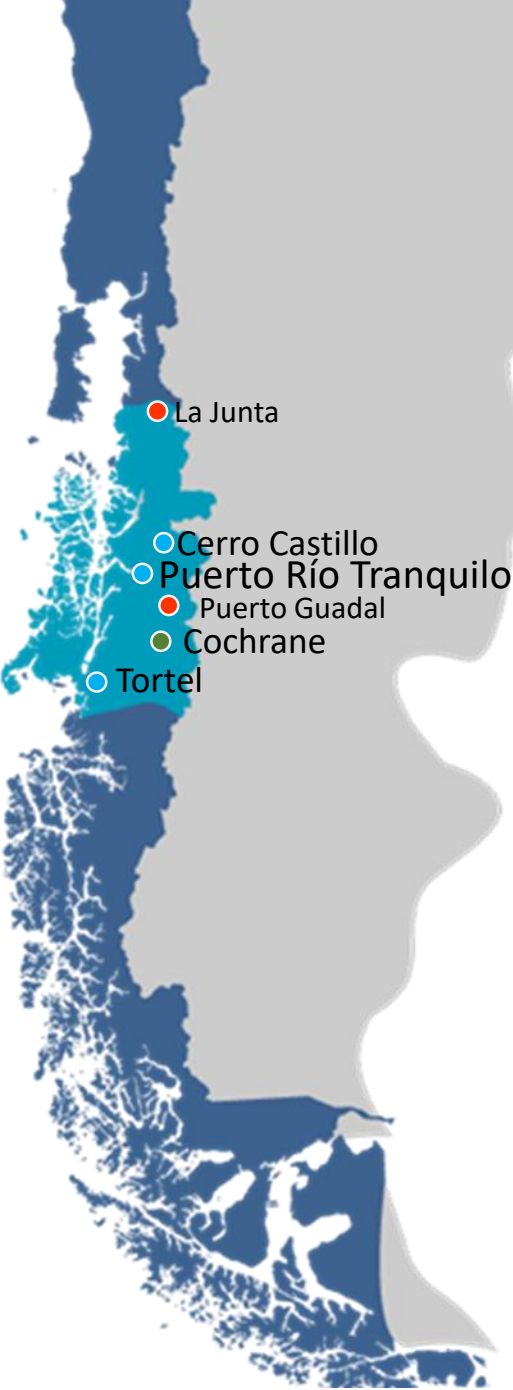
**A partir de está experiencia, junto a otras Organizaciones y Municipios de la región se realizó el mismo trabajo colaborativo,** teniendo como **premisa respetar el objetivo** del levantamiento de información requerido por cada una **de las localidades.**

Por lo anterior, teniendo claro de quienes se requería conocer su percepción, **se estructuraron instrumentos** (encuestas) **dirigida a: Socios(as) de las AG de Turismo, Empresarios Locales y Consultas Ciudadanas** (abierta a todos los vecinos y vecinos de la localidad o alrededor).

Aunque las perspectivas de las personas son desde 3 miradas, el trasfondo a investigar tiene un denominador común, **“cómo se percibe la opinión local en el escenario COVID-19 en la eventual llegada de turistas”.** Lo anterior, permite identificar variables comunes que estructuraron las encuestas.

Presentado el marco de acción, **este trabajo colaborativo que se presenta en este documento, se basan en la interpretación de Edmundo Vásquez** como profesional SERNATUR (y su experiencia laboral y personal), resumiendo y citando los principales resultados obtenidos por cada comunidad o gremio. Finalmente, es importante señalar que las personas, organizaciones e instituciones locales que son dueños(as) de los datos recopilados, han dado su autorización para ser interpretados y conglomerados en este documento.





- Encuestas Dirigidas a Socios(as) AG de Turismo
- Encuestas Dirigidas a Empresarios Locales
- Consultas Ciudadanas

# APLICACIÓN



- La Junta | 25 Encuestas | Septiembre 2020
- Cerro Castillo | 60 Encuestas | Noviembre 2020
- Puerto Río Tranquilo | 174 Encuestas | Julio 2020
- Puerto Guadal | 10 Encuestas | Agosto 2020
- Cochrane | 114 Encuestas | Octubre 2020
- Tortel | 74 Encuestas | Octubre 2020

# VARIABLES

## PERFIL

- ● Genero
- ● Edad
- ● Años de Residencia
- ● N° Personas Grupo Familia
- ● Presencia de Bebés, Niñ@s Adulto Mayor o Persona Enfermedad Crónica en grupo Familiar
- ● Tamaño de empresa (\$)
- ● Años de Operación Negocio
- ● Aspectos Operativos del Negocio
- ● Actividad Económica
- ● Generación Ingresos
- ● Relación con Turismo

## EFFECTOS ECONÓMICOS

- ● Actividad Principal para genera ingresos familiares antes y desde COVID
- Impacto en Ventas

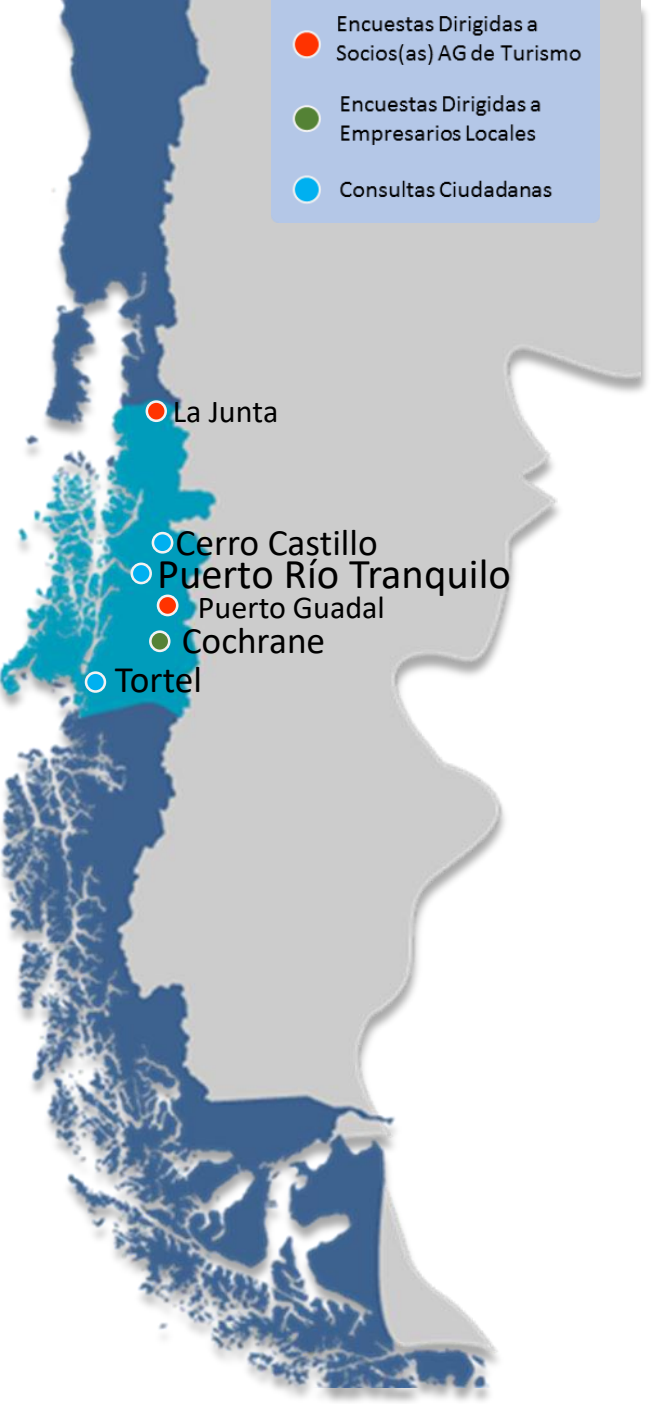
## COMUNICACIÓN

- ● ● Medio utilizado para Informase del COVID
- ● ● Medio CONFIABLE para informarse

## TURISMO / COVID-19

- ● ● Nivel de Información (Muy, Medianamente o Nada Informado) respecto a PROTOCOLOS
- ● Implementación PROTOCOLOS Negocio
- Localidad Preparada
- Percepción de Riesgo según tipo de Turista
- ● ● Efecto en Ingreso Familiar, sin turistas en Temporada Alta
- ● ● Mecanismos/Acciones que harían aumentar percepción SEGURIDAD
- ● ● Opinión fecha prudente llegada de Turistas

- Encuestas Dirigidas a Socios(as) AG de Turismo
- Encuestas Dirigidas a Empresarios Locales
- Consultas Ciudadanas



PERFIL

En general los encuestados(as) son **principalmente personas que residen desde más de 3 años y en su mayoría personas que viven por más de 10 años en las localidades.**

Desde la **relación que tienen con el turismo**, han sido parte de las encuestas **personas que se relacionan con el turismo (directa e indirectamente) como también personas que señalan no estar vinculados**, validando el levantamiento de información como una encuesta de consulta ciudadana.

La composición de los **grupos familiares, al aumentar los años de residencia**, se van complejizando su composición en: las edades, el número de personas y, además de contar con distintos rangos atareos y percibidos como vulnerables (presencia en el grupo familiar de bebés, niños, adultos mayores y personas con enfermedades crónicas), que podrían hacer sentir al grupo familiar en riesgo frente a un brote de coronavirus.

Un **hallazgo** interesante (en las consultas ciudadanas), ha sido la cantidad de **personas vinculadas al turismo, teniendo una participación entre el 60 y 80 porciento** de los encuestados.

EFFECTOS ECONÓMICOS

Se evidencia que la **Pandemia ha afectado en relación a los ingresos familiares de forma transversal, tanto a la comunidad (en general), empresas locales y las de turismo en especial** (dueñ@s de empresas, trabajadores, proveedores y en algunos casos, quienes tienen ingresos complementarios al hogar procedentes del turismo).

La gran Mayoría de **los consultados que se dedicaban al turismo** (directa e indirectamente) **ha tenido que reconvertirse a otra actividad** durante el período de NO Turistas, **viviendo de sus ahorros, solicitudes de prestamos** o del acceso a **subsidios**.

COMUNICACIÓN

Los resultados demuestran que las personas **se Informan del COVID principalmente por Medios Digitales y TV**. Hay un margen que se informa a través de *medios alternativos* y los menos, a través del *Periódico*.

Los medios CONFIABLES nuevamente se centran en **Medios Digitales (hay más diversidad)** y quienes se informan a través de **medios alternativos**, ratifican que las utilizan porque las perciben CONFIABLES en la información que difunden.

Un ejercicio interesante fue el realizado con Cerro Castillo, donde se evaluaron **los medios locales** (radio, grupos whatsapp empresarios y comunidad y red social municipal) ratificando que estos son los canales más efectivos **para llegar a la comunidad con información**.

- Encuestas Dirigidas a Socios(as) AG de Turismo
- Encuestas Dirigidas a Empresarios Locales
- Consultas Ciudadanas



# TURISMO

/ COVID-19 /

## ● ● ● Nivel de Información (Muy, Medianamente o Nada Informado) respecto a PROTOCOLOS

Respecto a los PROTOCOLOS Generales, la percepción de la Comunidad y Empresarios(as) es que están Muy o Medianamente Informados. Sin embargo, **se presenta UNA ALERTA** frente al dominio de **Protocolos específicos de: Viajeros, Sus Negocios, Casos Sospechosos y Casos Efectivos de COVID.**

## ● ● ● Implementación PROTOCOLOS Negocio

Si bien hay empresarios(as) que señalan que implementarán protocolos o cambios en los procesos de su negocio, **me parece** qué **quienes NO visualizan la implementación de estos**, está relacionado **al imaginario** de los **altos costos que implica** o que son **prácticas/implementos/equipos** que **NO se encuentran a su alcance.**

## ● Localidad Preparada

Desde distintas perspectivas la respuesta a **“si el territorio está preparado para recibir turistas” es negativa.** Se evidencia a través de la encuesta, que las personas **identifican una debilidad territorial en la estructura de salud** (establecimientos, profesionales, equipos, implementos, etc.) para hacer **frente a un posible brote de COVID.** Y siendo este un escenario que en el corto plazo es difícil mejorar (al menos de infraestructura y equipos), es esencial trabajar la **coordinación de actores locales e insumos básicos de salud para enfrentar un brote desde las actuales condiciones que presentan las localidades** (por ej: su lejanía y conectividad desde los centros urbanos que cuentan con estructura de salud acorde a emergencias COVID –máquinas y equipos en situación grave-).

## ● Percepción de Riesgo según tipo de Turista

En las instancias que fue realizada esta pregunta, en general **la sensación de riesgo de contagio disminuye según procedencia**, donde el **extranjero es el de más alto riesgo** al turista regional que es el de **menos riesgo** (quizás esta percepción del local hoy podría variar respecto a personas procedentes de Coyhaique).

## ● ● ● Efecto en Ingreso Familiar, sin turistas en próxima Temporada Alta

**De forma transversal tanto a personas relacionadas al turismo, como quienes no lo están, se verá afectada en los ingresos familiares en una eventual NO arribo de turistas en temporada alta.** Si bien es una situación transversal, el nivel de impacto está directamente relacionado al nivel de involucramiento en la actividad turística donde los dueñ@s de empresas proyectan un mayor impacto (negativo), sobretodo por la estacionalidad regional de la actividad turística. Y No está demás señalar que se verán afectados trabajadores del turismo, proveedores y de forma marginal, quienes declaran no tener relación con el turismo.



- Encuestas Dirigidas a Socios(as) AG de Turismo
- Encuestas Dirigidas a Empresarios Locales
- Consultas Ciudadanas

● La Junta

○ Cerro Castillo

○ Puerto Río Tranquilo

● Puerto Guadal

● Cochrane

○ Tortel

# TURISMO

/ COVID-19 /

## ● ● ● Opinión sobre una fecha prudente para llegada de Turistas

La fecha prudente para la llegada de turistas **cuando es consultada a través de una pregunta abierta (sin determinar alternativas de tiempo), prevalece la opción NO llegada de turistas**. Sin embargo, cuando se presentan **alternativas de respuesta temporales**, se propende a responder de forma **afirmativa** (también inducido por la pregunta).

Ahora bien, al revisar los resultados cruzando variables y concretando conversaciones con algunos actores locales, es de vital importancia coordinar **una serie de acciones y mecanismos que deberían ser implementados** para poder **disminuir la sensación de riesgo frente a la llegada de turistas a las localidades**, especialmente en lugares que presentan condiciones de aislamiento crítico e infraestructura sanitaria deficientes frente a este escenario COVID.

## ● ● ● Mecanismos/Acciones que harían aumentar percepción SEGURIDAD

A pesar de que hay personas señalan que por ningún motivo arriben turistas en las localidades, hay una **serie de mecanismos** que son necesario chequear como actores públicos-privados-comunidad **a implementar (con pertinencia territorial)**, con el objetivo de **disminuir la incertidumbre de las comunidades anfitrionas** y la información que se debe **entregar a los turistas previo a su visita** a nuestro Destino Aysén Patagonia.

- **Conocer sobre las empresas locales** que recibirán turistas y las **prácticas de seguridad sanitaria** implementadas que cuidan a sus trabajadores y a la comunidad local.
- Conocer las **medidas de promoción utilizadas para informar a los turistas** sobre el comportamiento que deben tener para cuidar a la comunidad local.
- Controlar los **movimientos de los turistas (trazabilidad)** dentro de la localidad hacia los atractivos turísticos.
- Que las **empresas de turismo atiendan un número máximo** de turistas por día.
- **Contar con una Residencia Sanitaria** en la localidad.
- Tener claridad del **protocolo a seguir en un CASO SOSPECHOSO (de COVID-19) de un turista**.

Tan solo para finalizar el trabajo de percepción de las comunidad en el escenario COVID, es relevante mencionar algunos aspectos a considerar desde la perspectiva profesional/personal.

# CONSIDERACIONES

a) En contextos regionales similares a la Región de Aysén (Arica y Parinacota, Tarapacá, Atacama, Los Lagos y Magallanes), la dispersión geográfica y distancia de los principales centros urbanos que concentran la infraestructura sanitaria necesaria para afrontar brotes epidemiológicos, es una condición que hace imperante la **coordinación de planes entre Salud/Municipio/Empresarios Turísticos/Comunidad Local/Sernatur**, para establecer el **cómo proceder** (¿qué debe hacer cada uno?, ¿de que se hace cargo cada actor –cómo, cuando, donde, para qué-? y ¿cómo se verán impactados/afectados?).

Lo anterior, se hace más relevante comprendiendo que muchos de los atractivos turísticos, se encuentran en sectores que sus recursos son limitados y alejados (o muy alejados) de los principales centros urbanos regionales.

b) Establecer **mecanismos y acciones respecto a la transición de territorios**:

EL plan paso a paso es tan dinámico que es necesario establecer los criterios en relación a los periodos de viajes de los turistas y el cambio de estado comunal.

- Cerrados a flujos (Paso 1 y 2) y se abren a flujos turísticos/viajeros (Paso 3, 4 y 5)
- Abierto a flujos turístico (Paso 3, 4 y 5) y se cierran por condiciones sanitarias (Paso 1 y 2)

c) Sin tener absoluta claridad de cómo funcionara el mecanismo de seguimiento a extranjeros que establecerá Salud (noticia leída en [La Tercera](#)), me parece interesante **considerar que los turistas, aunque puedan venir con test COVID negativo, pueden contagiarse en el país y ser transmisores del virus por todo el territorio** que visiten. Además, según la evidencia científica específicamente pensando en los mercados de larga distancia, podrían presentar un cuadro de re-contagio producto de COVID con [cepas/variantes distintas](#).

d) Por último, basado estrictamente a los resultados de las encuestas, es necesario tener en cuenta la implementación de una **campaña que permita sensibilizar a los turistas/viajeros/visitantes, cual es el comportamiento esperado (“Decálogo”) que permita cuidarse como viajero y cuidar a las comunidades locales**. Sobre todo porque se encontrarán 2 realidades frente a una misma situación: personas de las grandes urbes y sus imaginarios (como han vivido y sentido la Pandemia), enfrentados a las comunidades anfitrionas y sus imaginarios (y miedos).

