



**ESTUDIO DE DEMANDA EN
ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO
TURÍSTICO
TEMPORADA BAJA 2017
INFORME FINAL**

Sistema de Información Turística Regional
Instituto Nacional de Estadísticas
Dirección Regional de Aysén

Abril 2018

Estudio de Demanda en Establecimientos de Alojamiento Turístico
Sistema de Información Turística Regional - Región de Aysén

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS
DIRECCIÓN REGIONAL DE AYSÉN

Informe Final
Encuesta de Demanda en Establecimientos de Alojamiento Turístico
Abril 2018

Director Regional : Manuel Vivar Águila
Jefe Unidad Técnica : Héctor Vergara Vicuña
Jefa de Proyecto : Carolina Palma Arce
Analistas: Felipe Rojas Pizarro, Rosa Machacán Navarrete, Alvaro Mascareño
Colaboraron: Departamento de Investigación y Desarrollo, y Unidad e Proyectos Regionales, INE
Central.

CONTENIDO

1. ANTECEDENTES.....	8
2. METODOLOGÍA DEL DISEÑO MUESTRAL TEMPORADA BAJA AÑO 2017 ESTUDIO DEMANDA ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO.....	9
2.1. CONSIDERACIONES PARA EL DISEÑO MUESTRAL.....	9
2.1.1. Cobertura.....	9
2.1.2. Unidades Estadísticas.....	9
2.1.4. Marco Muestral.....	10
2.1.5. Nivel de Estimación.....	10
2.1.6. Período de Referencia y Periodicidad.....	11
2.1.7. Variable de diseño.....	11
2.2. METODOLOGÍA DEL CÁLCULO.....	11
2.2.1. Tamaño Muestral.....	11
2.2.2. Resultados de tamaños muestrales.....	14
2.3. FACTOR DE EXPANSIÓN.....	15
3. PRINCIPALES RESULTADOS.....	16
3.1. IDENTIFICACIÓN DEL TURISTA INFORMANTE Y DE LAS PERSONAS QUE LE ACOMPAÑAN.....	16
3.2. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE.....	25
3.3. EXPERIENCIA DE VIAJE.....	36
3.4. GASTOS.....	40
4. NOTAS METODOLÓGICAS.....	42
4.1. BASE DE DATOS.....	42
4.2. COEFICIENTES DE VARIACIÓN.....	42
4.3. INFORMANTE Y GRUPO DE VIAJE.....	44
4.4. ESTIMACIÓN DE GASTO POR TURISTA.....	44
4.5. MOTIVOS DE VIAJE.....	46
4.6. LO MEJOR Y LO PEOR QUE LA REGIÓN OFRECE A SUS VISITANTES.....	47
4.7. REGIONALIZACIÓN NACIONAL VIGENTE.....	49

5. CONCLUSIONES.....	50
A un nivel metodológico.....	50
A un nivel de resultados estratégicos	51
ANEXOS.....	54
GLOSARIO DE TÉRMINOS Y SIGLAS	54
DICCIONARIO DE VARIABLES	¡Error! Marcador no definido.
CUESTIONARIO.....	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estratificación y distribución de EAT en la región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo.	10
Tabla 2. Tamaño Muestral de Turistas en EAT, según destino turístico y tipo de establecimiento. ..	14
Tabla 3. Porcentaje de hombres y mujeres turistas que sirvieron de informante.	16
Tabla 4. Porcentaje de turistas informantes por tramo de edad.	17
Tabla 5. Porcentaje de turistas por país de procedencia.	17
Tabla 6. Porcentaje de turistas informantes, según país de procedencia.	18
Tabla 7. Porcentaje de turistas de origen nacional según región procedencia.	18
Tabla 8. Porcentaje de turistas según máximo nivel de educación formal alcanzado.	19
Tabla 9. Porcentaje de turistas según situación ocupacional.	19
Tabla 10. Porcentaje de turistas por rama de actividad económica.	19
Tabla 11. Porcentaje de turistas por cantidad de personas que componen su grupo de viaje.	20
Tabla 12. Relación de parentesco con el turista informante de las personas que le acompañan en su viaje.	21
Tabla 13. Porcentaje de hombres y mujeres, entre las personas que acompañan al turista informante.	21
Tabla 14. Porcentaje de personas que acompañan al turista informante, por tramo de edad.	22
Tabla 15. Porcentaje personas que acompañan al turista informante, por país de procedencia.	22
Tabla 16. Porcentaje de personas que acompañan al turista informante, según país de procedencia.	23
Tabla 17. Porcentaje de turistas de origen nacional, que acompañan al turista informante, según región de procedencia.	23
Tabla 18. Porcentaje de turistas por tiempo estimado de permanencia en la región.	24
Tabla 19. Porcentaje de turistas por modo de transporte más utilizado en el viaje por la región.	25
Tabla 20. Porcentaje de turistas que contrataron servicio de agencia turística para el viaje por la región.	25
Tabla 21. Porcentaje de turistas que contrataron una agencia turística, por lugar de contratación.	26
Tabla 22. Porcentaje de turistas que contrataron servicio de agencia turística, por lugar de contratación diferente a Región de Aysén.	26

Tabla 23. Porcentaje de turistas que contrataron servicio de agencia turística, según los servicios que incluía la contratación.	27
Tabla 24. Medios o canales de comunicación utilizados para planificar el viaje a la región de Aysén.	27
Tabla 25. Porcentaje de turistas por motivo principal de viaje.	28
Tabla 26. Porcentaje de turistas por lugar que motivó el viaje a la región de Aysén.	29
Tabla 27. Lugares más visitados por turistas en el viaje por la Región.	30
Tabla 28. Porcentaje de turistas por el lugar visitado durante el viaje que más le gustó.	31
Tabla 29. Porcentaje de turistas por cantidad de noches que pernoctaron en el lugar que más les gustó.	31
Tabla 30. Porcentaje de turistas por tipo de alojamiento turístico utilizado en el lugar que más le gustó.	32
Tabla 31. Porcentaje de turistas por evaluación del alojamiento utilizado en el lugar que más le gustó.	32
Tabla 32. Porcentaje de turistas por servicio de comida utilizado en el lugar que más le gustó.	33
Tabla 33. Porcentaje de turistas por evaluación del servicio de comida utilizado en el lugar que más le gustó.	33
Tabla 34. Porcentaje de turistas por modo de transporte utilizado en el lugar que más le gustó.	34
Tabla 35. Porcentaje de turistas por la evaluación del servicio de transporte utilizado en el lugar que más le gustó.	34
Tabla 36. Actividades realizadas por turistas en la región de Aysén durante su viaje por la región. .	35
Tabla 37. Porcentaje de turistas según evaluación de diferentes aspectos del viaje por la región de Aysén.	37
Tabla 38. ¿Qué es lo mejor que ofrece la región de Aysén a sus visitantes?	38
Tabla 39. ¿Y qué aspectos debieran mejorar para que los visitantes a la región de Aysén quedasen contentos con su viaje?	39
Tabla 40. Porcentaje de turistas que volverían a la región de Aysén.	39
Tabla 41. Porcentaje de turistas que recomendaría a otra persona la visita a la Región de Aysén. ..	40
Tabla 42. Gasto promedio diario por persona en lo que va del viaje, según ítem. Gasto en peso chileno.	40
Tabla 43. Gasto promedio diario por persona, al finalizar el viaje. Gasto en peso chileno.	41

Tabla 44. Clasificación del Error Relativo (al 95%) y Coeficiente de Variación.....	43
Tabla 45. Gasto promedio diario por persona en lo que va del viaje, según ítem. Gasto calculado con método de ponderación por tamaño de grupo.	45
Tabla 47. Gasto diario por persona, al finalizar el viaje. Promedio de gasto en peso chileno. Gasto calculado con método de ponderación por tamaño de grupo.	46
Tabla 47. Porcentaje de turistas por motivo de viaje. Motivo principal, secundario y terciario.	47
Tabla 48. ¿Y qué aspectos debieran mejorar para que los visitantes a la región de Aysén quedasen contentos con su viaje?	48

1. ANTECEDENTES

El Sistema de Información Turístico Regional (SITUR) permite contar con información actualizada, confiable y consistente, por medio de la cual es posible tomar decisiones en el ámbito turístico. Uno de los estudios que compone este observatorio corresponde a la Demanda Turística en establecimientos de alojamientos turísticos (EAT), que caracteriza a los turistas que pernoctan en los establecimientos pertenecientes a la clase actividades de alojamiento para estancias cortas, CÓDIGO 5510 según Clasificador Industrial Internacional Uniforme (CIIU Rev. 4).

La dirección regional de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), a solicitud del Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), realizó el estudio de demanda turística con el objetivo de caracterizar a los turistas que pernoctan en los EAT ubicados en la región.

La encuesta de demanda turística cuenta con variables como el gasto turístico realizado por turistas, motivo principal por el cual los turistas prefieren este destino, medios de transportes más utilizados, lugares más visitados y destinos turísticos elegidos por el turista, entre otras.

El diseño muestral para la encuesta de demanda turística en su modalidad temporada baja, contempla un muestreo probabilístico estratificado a nivel de destinos turísticos y tipos de establecimientos para establecer el número de turistas a encuestar. El levantamiento de la información se llevó a cabo en los meses de junio y julio de 2017.

Objetivo General

Caracterizar a los turistas que pernoctan durante la temporada baja en algún establecimiento de alojamiento turístico ubicado en la región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo.

Objetivos Específicos

1. Elaborar un diseño muestral probabilístico estratificado y factores de expansión a nivel de destinos turísticos y tipos de establecimientos.
2. Generar información acerca de las características de los turistas que pernoctan en algún establecimiento de alojamiento turístico de la región en temporada baja 2017, relevando aspectos sociodemográficos, hábitos de consumo, y opiniones y percepciones de la experiencia de viaje en la región, a través del método de encuestas.
3. Generar estimaciones sobre las variables consideradas en el cuestionario.

2. METODOLOGÍA DEL DISEÑO MUESTRAL TEMPORADA BAJA AÑO 2017 ESTUDIO DEMANDA ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

2.1. CONSIDERACIONES PARA EL DISEÑO MUESTRAL

2.1.1. Cobertura

Cobertura Temática

La cobertura temática corresponde a los EAT que pertenecen a la clase Actividades de alojamiento para estancias cortas (5510) según CIIU Rev. 4.

Cobertura Geográfica

Para este estudio, se consideran todos aquellos EAT cuya ubicación geográfica se encuentre en la Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo.

2.1.2. Unidades Estadísticas

Unidad de observación

La unidad de observación es el turista o el jefe de grupo para el caso de los grupos de viaje que pernoctan en algún EAT de la Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo.

Unidad de análisis y muestreo

La unidad de análisis y de muestreo corresponde al Establecimiento de alojamiento turístico ubicado en la Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo.

2.1.3. Población Objetivo

La población objetivo corresponde a los turistas que pernoctan en algún establecimiento de alojamiento turístico pertenecientes a la clase Actividades de Alojamiento para Estancias Cortas (5510) según CIIU Rev.4, ubicados en la región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo.

2.1.4. Marco Muestral

El marco muestral para este estudio se construyó tomando como base el directorio de establecimientos de alojamiento contemplados en la Encuesta Mensual de Alojamientos Turísticos (EMAT) año 2015. Esta encuesta contiene información sobre pernoctaciones de turistas en los EAT ubicados en la Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo, durante los meses de junio y julio.

Estratificación

Se realiza una estratificación de EAT de acuerdo a los destinos turísticos (3 destinos) y tipos de establecimientos (2 tipos).

Debido a la baja cantidad de EAT que componen cada uno de los niveles de estratificación, se determinó censar dichas unidades.

Tabla 1. Estratificación y distribución de EAT en la región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo.

Destino turístico	Tipo de establecimiento	Número EAT
Total	-	64
	Total	32
Aysén y Coyhaique	Hotel	8
	Otros	24
Carretera Austral Norte	Otros	16
Carretera Austral Sur	Otros	16

Fuente: INE, Departamento de Investigación y Desarrollo.

2.1.5. Nivel de Estimación

De acuerdo al objetivo del estudio, los niveles de estimación comprenden las siguientes desagregaciones:

- Región.
- Región y Destinos Turísticos.
- Región, Destinos Turísticos y Tipos de Establecimientos.

2.1.6. Período de Referencia y Periodicidad

El período de referencia corresponde tiempo de permanencia del turista que pernocta en el EAT, durante los meses de junio y julio de 2017. La periodicidad de la encuesta es de una vez por temporada. Los datos recogidos y presentados en este informe corresponden a la temporada baja de 2017.

2.1.7. Variable de diseño

La variable de diseño es el total de pernoctaciones de los turistas en los EAT, registrados en el Marco Muestral durante los meses de junio y julio del año 2017.

2.2. METODOLOGÍA DEL CÁLCULO

A continuación, se describe el cálculo de tamaño muestral de turistas en los EAT, el coeficiente de variación y el error relativo utilizado para el diseño muestral.

2.2.1. Tamaño Muestral

Se deben obtener dos tamaños muestrales: uno para los EAT y uno para los turistas que pernoctan en dichos establecimientos. Respecto de los EAT, debido a la baja cantidad de EAT que componen cada estrato, se decidió censar dichas unidades abarcando la totalidad de los establecimientos en el directorio.

Respecto del tamaño muestral de turistas que pernoctan en los EAT ubicados en la región, se aplicó un muestreo probabilístico estratificado según la variable Total de Pernoctaciones. Se estableció un nivel de confianza del 95% con una prevalencia supuesta de 50% para alguna variable de interés, asumiendo varianza máxima. El error relativo se fija en 5% para la estimación.

La fórmula para determinar el tamaño muestral utilizada es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot (1-p)}{Z^2 \cdot (1-p) + N \cdot e_r^2}$$

Donde:

- n : Tamaño muestral de turistas a nivel de destinos turísticos y tipos de establecimientos.
- Z : Estadístico normal estándar correspondiente a un nivel de confianza del 95%.
- e_r : Error relativo de 5% para alguna variable de interés con prevalencia de 50%.
- p : Prevalencia o porcentaje de turistas que cumplen cierta característica. Este valor se asume como 50%, asumiendo una varianza máxima ($p = q = 50\%$).
- N : Número total de pernoctaciones¹ en el marco muestral

Distribución del tamaño muestral

El tamaño muestral de turistas obtenido a nivel de destinos turísticos y tipos de establecimientos, se distribuyó en forma proporcional según el total de pernoctaciones en los EAT, aplicando la siguiente fórmula:

$$n_h = n \cdot \frac{\tau_h}{\sum_{h=1}^L \tau_h} = \frac{N_h}{N}$$

Donde:

- h : Estrato destinos turísticos y tipos de establecimientos.
- n_h : Tamaño muestral de turistas en EAT en el h-ésimo estrato.
- N : Número total de pernoctaciones en el marco muestral.
- N_h : Número total de pernoctaciones en el h-ésimo estrato, en el marco muestral.
- n : Tamaño muestral de turistas a nivel de destinos turísticos y tipos de establecimientos.
- τ_h : Total de pernoctaciones en el h-ésimo estrato, en el Marco Muestral.

¹ Dado que el marco muestral contiene a todos los establecimientos de alojamiento turístico que reciben a los turistas o éstos pernoctan o alojan en ellos, el número de pernoctaciones está relacionado directamente con el número de turistas y se emplea en la fórmula para determinar el tamaño muestral.

Luego de obtener el tamaño muestral y haber realizado su distribución a nivel de destinos turísticos y tipos de establecimientos, se requiere conocer el error de muestreo.

Una forma de medir el error de muestreo que existe como consecuencia de utilizar una parte de la población, es el coeficiente de variación. Este coeficiente es una medida que indica la precisión relativa de la estimación, debido a que puede ser expresado en porcentaje, permitiendo una mejor comparación del error.

Coeficiente de Variación

El coeficiente de variación del total de pernoctaciones de turistas en los EAT, se calculó mediante la siguiente expresión:

$$CV_h = \frac{\sqrt{\left(1 - \frac{n_h}{N_h}\right) \cdot \frac{p \cdot q}{n_h}}}{p}$$

Donde:

- h : Estrato destinos turísticos y tipos de establecimientos.
- CV_h : Coeficiente de variación en el h-ésimo estrato.
- N_h : Número total pernoctaciones en el h-ésimo estrato.
- n_h : Tamaño muestral de turistas en EAT en el h-ésimo estrato.
- p : Porcentaje de turistas que cumplen cierta característica. Este valor se asume como 50%, asumiendo una varianza máxima ($p = q = 0,5$).

Otra forma de obtener el error de muestreo, es calculando el error relativo. Éste representa, en términos porcentuales, la diferencia máxima que existe entre la estimación puntual y el verdadero valor de la variable en la población.

Error Relativo

A un nivel de confianza del 95% el error relativo se obtuvo mediante la siguiente formula:

$$E_r(\hat{\tau}_h) = Z_{1-\frac{\alpha}{2}} CV_h$$

Donde:

h : Estrato destinos turísticos y tipos de establecimientos.

$E_r(\hat{\tau}_h)$: Error relativo.

CV_h : Coeficiente de variación en el h-ésimo estrato.

Z : Estadístico normal estándar correspondiente a un nivel de confianza del 95%.

2.2.2. Resultados de tamaños muestrales

La siguiente tabla detalla el tamaño muestral de turistas para el estudio Demanda Temporada Baja, con un nivel de confianza del 95%.

Tabla 2. Tamaño Muestral de Turistas en EAT, según destino turístico y tipo de establecimiento.

Destino Turístico	Tipo de Establecimiento	Número de EAT	Pernoctaciones (Marco Muestral)	Tamaño Muestral (Turistas)	Error Relativo (%)	Coeficiente de Variación (%)
Total		64	10.059	358	11,29	5,76
		32	8.639	240	12,79	6,52
Aysén y Coyhaique	Hotel	8	5.740	133	16,8	8,57
	Otros	24	2.899	107	18,6	9,49
Carretera Austral Norte	Otros	16	846	48	27,48	14,02
Carretera Austral Sur	Otros	16	574	70	21,95	11,2

Fuente: INE, Departamento de Investigación y Desarrollo.

Nota: El error relativo se establece de acuerdo a varianza máxima para proporciones, siendo $p = q = 0.5$

2.3. FACTOR DE EXPANSIÓN

Como se menciona anteriormente, los establecimientos de alojamiento turístico se incluyen forzosamente en el estudio, teniendo un carácter censal, razón por la cual no es pertinente asignar un factor de expansión a dichas unidades.

Por su parte, en el caso de la unidad de observación “turistas” se construye un factor de expansión, considerando la variable “llegadas” del marco muestral, de acuerdo a los estratos destinos turísticos y tipos de establecimientos. De esta manera, es posible contar con una visión completa de la clase “Actividades de alojamiento para estancias cortas” según clasificador industrial internacional uniforme (CIU Rev. 4).

Este factor de expansión se relaciona con el número de turistas que pernoctaron en los EAT ubicados en la región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo.

Para la obtención del factor de expansión, se aplica la siguiente expresión matemática:

$$FE(\tau_h) = \frac{\sum_{i=1}^L \tau_{hi}}{\sum_{i=1}^L \tilde{\tau}_{hi}}$$

Donde:

- h : Estrato destinos turísticos y tipos de establecimientos.
- $FE(\tau)_h$: Factor de expansión de turistas en el h-ésimo estrato.
- τ_{hi} : Número de pernoctaciones del i-ésimo EAT del marco muestral, en el h-ésimo estrato.
- $\tilde{\tau}_{hi}$: Número de turistas efectivamente logrados que pernoctaron (se asume una pernoctación por turista) en el i-ésimo EAT del h-ésimo estrato.

3. PRINCIPALES RESULTADOS

Se presentan los principales resultados del estudio, obtenidos a partir de la aplicación de la encuesta a turistas que pernoctan en EAT de la Región de Aysén, durante el periodo de referencia de temporada baja 2017.

Los resultados se muestran en tabulados organizados en cuatro secciones: caracterización del turista informante y el grupo de viaje; características y actividades realizadas durante el viaje; percepción de los encuestados en relación con su experiencia de viaje; gastos realizados por las y los turistas durante su viaje dentro de la Región de Aysén.

3.1. IDENTIFICACIÓN DEL TURISTA INFORMANTE Y DE LAS PERSONAS QUE LE ACOMPAÑAN²

Entre las personas encuestadas que visitaron la región en temporada baja 2017, y que sirvieron de informantes para este estudio, la mayoría fueron hombres (65%); mientras, el 35% correspondió a mujeres (Tabla 3).

Tabla 3. Porcentaje de hombres y mujeres turistas que sirvieron de informante.

Sexo	%
Hombre	65,0%
Mujer	35,0%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Un 29% de los turistas encuestados tiene edades entre 35 y 44 años. Cerca de un cuarto de los turistas encuestados tiene edades de entre 25 a 34 años (23,9%) (Tabla 4). Una proporción similar agrupa a los turistas entre 45 y 54 años (22,4%). El segmento de 55 a 64 años es menor que los anteriores (13,7%), y lo mismo ocurre con el grupo de personas de 15 a 24 años (7%). Por último, el segmento de 65 años y más llega sólo al 3,9% de los informantes.

² La información de este apartado es referida al turista que es informante de la encuesta, por un lado; y de las personas que le acompañan en el viaje, por otro. La unidad de análisis no es el "grupo de viaje". Para más detalles leer Notas Metodológicas en el apartado 4 de este documento.

Entre las y los turistas que sirvieron de informantes para este estudio no figuran personas de menos de 15 años, debido a que el requisito para cumplir el rol de encuestado excluye a este grupo de menores de edad (Tabla 4).

Tabla 4. Porcentaje de turistas informantes por tramo de edad.

Tramo de edad	%
15 a 24 años*	7,0%
25 a 34 años	23,9%
35 a 44 años	29,0%
45 a 54 años	22,4%
55 a 64 años	13,7%
65 años y más*	3,9%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en este tramo de edad está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

La mayor parte de los turistas que visitaron la región en temporada baja 2017, y que sirvieron de informantes para este estudio, son nacionales (85,8%). Las personas que visitan la región y que provienen de países extranjeros alcanzan el 14,2% (Tabla 5).

Tabla 5. Porcentaje de turistas por país de procedencia.

País de residencia	%
Chile	85,8%
Extranjero	14,2%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Entre los turistas extranjeros, cerca de un 90% provienen de Argentina (Tabla 6). De ellos, la mayor parte declararon residir de forma permanente en la vecina Provincia de Chubut (48,8%). Turistas provenientes de otras provincias de Argentina comprenden un 39,7% de los entrevistados.

Otros países de procedencia alcanzan una frecuencia relativa baja. Aquellos provenientes de Estados Unidos alcanzan un 3% de la muestra, los provenientes de Brasil alcanzan un 1,2% y los de España un 0,6%. Otros países de origen representan en conjunto un 6,7% de las y los turistas.

Tabla 6. Porcentaje de turistas informantes, según país de procedencia.

País de residencia	%
Argentina - Provincia de Chubut	48,8%
Argentina - Otras provincias	39,7%
Estados Unidos*	3,0%
Brasil*	1,2%
España*	0,6%
Otros países*	6,7%
Total	100%

(*) La estimación de turistas de este país está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Entre los turistas que visitaron la región en temporada baja 2017, cuyo origen es Chile, y que sirvieron de informantes para este estudio, un 37,9% declara tener residencia en la Región Metropolitana (Tabla 7). Le sigue en importancia el grupo de turistas que residen en la región de Aysén y que se encuentran en un alojamiento turístico en una localidad diferente a la de residencia habitual (21,7%). Los turistas provenientes de la Región de Los Lagos tienen una representación importante (17,4%). Los turistas cuyo origen es otra región del país no alcanzan porcentajes mayores al cinco por ciento.

Tabla 7. Porcentaje de turistas de origen nacional según región procedencia.

Región de residencia	%
Arica y Parinacota	0,0%
Tarapacá	0,0%
Antofagasta	0,0%
Atacama*	1,1%
Coquimbo*	0,9%
Valparaíso*	4,7%
Metropolitana	37,9%
Libertador Gral. Bernardo O'Higgins*	2,0%
Maule*	0,8%
Bío Bío*	2,7%
La Araucanía*	4,7%
Los Ríos*	2,9%
Los Lagos	17,4%
Aysén del Gral. Carlos Ibáñez del Campo	21,7%
Magallanes y de la Antártica Chilena*	3,1%
Total	100%

(*) La estimación de turistas de esta región está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

En el perfil educacional de los turistas que visitaron la región, y que sirvieron de informantes para este estudio, destaca un 55,2% de personas que declara contar con educación universitaria (Tabla 8). Bastante por debajo le siguen las personas con educación secundaria (18,5%), y aquellos con educación técnica (14,3%).

Tabla 8. Porcentaje de turistas según máximo nivel de educación formal alcanzado.

Nivel educacional	%
Sin estudios*	0,1%
Básica o Primaria*	3,6%
Media o Secundaria	18,5%
Técnica	14,3%
Universitaria	55,2%
Posgrado*	8,3%
Total	100%

(*) La estimación de turistas con este nivel educacional está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su baja prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

En la Tabla 9 se observa que 64,1% de turistas que visitaron la región, y que sirvieron de informantes para este estudio, son trabajadores dependientes; mientras que un 27% declara ser independientes; y un 9% dice no tener un trabajo remunerado al momento de su visita por la región (Tabla 9).

Tabla 9. Porcentaje de turistas según situación ocupacional.

Situación ocupacional	%
Trabajador dependiente	64,1%
Trabajador independiente	27,0%
No trabaja	9,0%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

La mayoría de las/los turistas que pernoctaron en la región, y que sirvieron de informantes para este estudio, se desempeñan en el sector terciario (73,4%) que agrupa ramas como enseñanza, salud, comercio, administración pública, entre otros (Tabla 10). Son menos los que declaran trabajar en el sector secundario o primario de la economía (19,1 y 7,6%, respectivamente).

Tabla 10. Porcentaje de turistas por rama de actividad económica.

Rama de actividad económica (*)	%
Primaria	7,6%
Secundaria	19,1%
Terciaria	73,4%
Total	100%

(*) Las actividades primarias corresponden a: Agricultura, Silvicultura y Ganadería, Pesca y Minería. Las actividades secundarias corresponden a: Industria Manufacturera, Electricidad, gas y agua y Construcción. Las actividades terciarias corresponden a: Comercio, Transporte y almacenamiento, Alojamiento de servicios de comidas, Información y comunicaciones, Financieras, de seguros y actividades inmobiliarias, Actividades profesionales, científicas y técnicas, Servicios administrativos y de apoyo, Administración Pública y defensa, Enseñanza, Salud humana y de asistencia social, Artísticas, de entretenimiento y recreativas, Otras actividades de servicios, Actividades de los hogares y Organizaciones y órganos extraterritoriales

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

De los turistas que visitaron la región en temporada baja, cerca de la mitad viajan solos (45,2%), mientras que casi un tercio viaja con la compañía de una persona (32%). Los turistas que viajan en grupos de 3 personas corresponden al 10,5% de los casos. Mientras, los grupos de 4 o más personas tienen una presencia relativa siempre menor al siete por ciento de los casos (Tabla 11).

Tabla 11. Porcentaje de turistas por cantidad de personas que componen su grupo de viaje.

Número de personas que componen el grupo de viaje	%
1 persona	45,2%
2 personas	32,0%
3 personas	10,5%
4 personas*	6,1%
5 personas*	4,1%
6 o más personas*	2,2%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en este tamaño de grupo está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Respecto del parentesco de las personas que acompañan al turista informante, en un 40,2% de los casos los acompañantes son compañeros de trabajo del informante; en un 37,3% se trata de su cónyuge o pareja; en un 18,2% corresponde a otros familiares y en un 16,5%, les acompañan hijos o hijas. Las personas acompañantes que son amigos, compañeros de gira de estudio, u otros, suman menos de 7% (Tabla 12).

Tabla 12. Relación de parentesco con el turista informante de las personas que le acompañan en su viaje.

Relación de parentesco	%**
Compañeros de trabajo	40,2%
Cónyuge o pareja	37,3%
Otros familiares	18,2%
Hijo/a	16,5%
Amigos*	4,7%
Otro*	1,0%
Compañeros de gira de estudio*	0,8%

(*) La estimación de turistas con esta relación está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

(**) La suma de los porcentajes no es 100%, por tratarse de una pregunta con respuesta múltiple

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Estas personas que acompañan al turista informante son un 61% hombres, y un 39% mujeres (Tabla 13). En los grupos de edad se observa una mayor presencia de acompañantes entre 25 y 34 años (23%), seguida del grupo entre 35 y 44 años (17,8%). El rango de edad de 45 a 54 años representa a un 16,1% de los acompañantes en la muestra. Otros rangos de edad se distribuyen de manera relativamente similar, como muestra la

Tabla 14.

Tabla 13. Porcentaje de hombres y mujeres, entre las personas que acompañan al turista informante.

Sexo	%
Hombre	61,0%
Mujer	39,0%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Tabla 14. Porcentaje de personas que acompañan al turista informante, por tramo de edad.

Tramo de edad	%
14 años o menos*	11,2%
15 a 24 años*	12,6%
25 a 34 años	23,0%
35 a 44 años	17,8%
45 a 54 años	16,1%
55 a 64 años*	12,7%
65 años y más*	6,6%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en este rango etario está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Al igual que las personas que sirvieron de informantes, entre quienes les acompañan la mayor parte son personas cuya procedencia es Chile (73,6%) (Tabla 15). Y entre los que provienen de un país extranjero, nuevamente la mayoría declara su residencia en Argentina (85,8%) (Tabla 16). Estos últimos se componen de un 48% de turistas procedentes de la Provincia del Chubut y un 37,8% de turistas acompañantes provenientes de otras provincias de Argentina.

A diferencia del dato presentado respecto al país de residencia del turista que es informante de la encuesta (Tabla 6), entre quienes le acompañan se observa una mayor presencia de turistas procedentes de Brasil.

Tabla 15. Porcentaje personas que acompañan al turista informante, por país de procedencia.

País de residencia	%
Chile	73,6%
Extranjero*	26,4%
Total	100%

(*) La estimación de turistas de esta residencia está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Tabla 16. Porcentaje de personas que acompañan al turista informante, según país de procedencia.

País de residencia	%
Argentina - Provincia de Chubut*	48,0%
Argentina - Otras provincias*	37,8%
Estados Unidos*	1,7%
España*	0,3%
Brasil*	9,2%
Francia*	0,7%
Otros*	2,1%
Total	100%

(*) La estimación de turistas de este país está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Entre las personas que declaran residencia en Chile y que acompañan al turista informante, se aprecia una composición similar a la de turistas informantes, respecto de la región de residencia declarada. Los acompañantes que residen en la región de Aysén aumentan en relación a los informantes y alcanzan un 31,6%. Los turistas acompañantes de la región Metropolitana disminuyen su presencia relativa y comprenden un 30,8% de las declaraciones de residencia (Tabla 17).

Tabla 17. Porcentaje de turistas de origen nacional, que acompañan al turista informante, según región de procedencia.

Región de residencia	%
Arica y Parinacota	0,0%
Tarapacá	0,0%
Antofagasta*	0,6%
Coquimbo	0,0%
Atacama*	0,8%
Metropolitana	30,8%
Valparaíso*	2,3%
Libertador Gral. Bernardo O'Higgins*	3,9%
Maule*	1,2%
Bío-bío*	3,6%
La Araucanía*	4,8%
Los Ríos*	0,4%
Los Lagos*	16,8%
Aysén del Gral. Carlos Ibáñez del Campo*	31,6%
Magallanes y de la Antártica Chilena*	3,1%

Total	100%
--------------	-------------

(*) La estimación de turistas de esta región está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Por otra parte, el tiempo de permanencia de los turistas en la región durante la temporada descrita varía entre 1 noche y más de 1 mes. Aquellos que pernoctan 3 noches o menos corresponden a un 38% de los casos; mientras que el 42,2% de los casos son turistas que pernoctan en la región entre 4 y 7 noches (Tabla 18).

Sin embargo, también hay quienes se quedan más tiempo. Por ejemplo, un 9,7% de los turistas pernoctan más de 1 semana en la región. Los casos cuya permanencia es de más de dos semanas o más de un mes tienen frecuencias relativas menores.

Por último, el promedio de tiempo de permanencia esperada en la región de los turistas que fueron parte de este estudio es de 10,1 días. Cabe señalar que este indicador es sensible a los máximos declarados, donde se cuentan algunos casos que permanecerían en la región 3, 6 y hasta 11 meses. En este sentido, la tabla con frecuencias relativas por tramos de noches sería una representación más robusta de la distribución de casos para esta variable.

Tabla 18. Porcentaje de turistas por tiempo estimado de permanencia en la región.

Tiempo estimado de permanencia	%
1 a 3 noches	38,0%
4 a 7 noches	42,2%
Más de una semana	9,7%
Más de dos semanas*	5,5%
Más de un mes*	4,6%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en este tramo de permanencia está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

3.2. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

Más de dos tercios de los turistas que estuvieron de visita en temporada baja en la región, la recorrieron en vehículo (Tabla 19). Un 40% de ellos lo hizo en su propio vehículo, y un 27,5% en vehículo de alquiler. Los desplazamientos en transporte público son menos frecuentes en el caso de turistas, un 17,6% declara haber utilizado bus y un 7,2% algún tipo de embarcación. Llama la atención el 18,5% de casos que declara haber usado el avión como modo de transporte al interior de la región, lo que contrasta con un 7,8% que usó este modo en temporada alta del mismo año.

Destaca el porcentaje de personas que recorren la región a pie o dedo (12,3%).

Tabla 19. Porcentaje de turistas por modo de transporte más utilizado en el viaje por la región.

Modo de Transporte	%**
Vehículo Particular	40,0%
Vehículo de alquiler	27,5%
Avión	18,5%
Bus	17,6%
A pie/A dedo	12,3%
Transbordador/Barcaza*	7,2%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en este modo de transporte está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

(**) La suma de los porcentajes no es 100%, por tratarse de una pregunta con respuesta múltiple

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Los turistas que declaran haber contratado el servicio de agencia turística alcanzan un 5,5% (Tabla 20). De ellos, el 28,2% dice haber contratado el servicio de una agencia con oficina en la Región de Aysén, mientras que la mayor parte (71,8%) afirma que contrató el servicio en otro lugar fuera de la región (Tabla 21).

Tabla 20. Porcentaje de turistas que contrataron servicio de agencia turística para el viaje por la región.

Contrató agencia turística	%
Si*	5,5%

No	94,5%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en esta categoría está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Tabla 21. Porcentaje de turistas que contrataron una agencia turística, por lugar de contratación.

Lugar de contratación agencia turística	%
Región de Aysén*	28,2%
Otro lugar	71,8%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en esta categoría está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Entre las personas que contrataron un servicio de agencia desde un lugar distinto a la región de Aysén, la mayor parte desde la Región Metropolitana (50%); otras regiones del país tienen frecuencias relativas menores (Tabla 22).

Tabla 22. Porcentaje de turistas que contrataron servicio de agencia turística, por lugar de contratación diferente a Región de Aysén.

Lugar de contratación agencia turística	%
Región Metropolitana*	50,0%
Región Valparaíso*	16,7%
Región O'Higgins*	16,7%
Región Los Ríos*	16,7%
Total	100%

(*) La estimación de turistas que contrata servicios de agencia turística desde este lugar está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Dentro los servicios contratados con la agencia turística, se cuenta el sistema todo incluido en cerca de un cuarto de los casos. El paquete contratado por los turistas para visitar la región tiende a estar conformado por los servicios de alojamiento, alimentación y pasajes aéreos (Tabla 23).

Tabla 23. Porcentaje de turistas que contrataron servicio de agencia turística, según los servicios que incluía la contratación.

Servicios	%**
Alojamiento*	56,3%
Alimentación*	43,7%
Pasajes Aéreos*	40,8%
Traslados al interior de la región*	35,9%
Actividades y excursión*	33,0%
Guías*	28,2%
Sistema todo incluido*	23,3%

(*) La estimación de turistas en otros servicios está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

(**) La suma de los porcentajes no es 100%, por tratarse de una pregunta con respuesta múltiple

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

El principal medio de comunicación utilizado por los turistas para planificar su viaje por la región es internet y redes sociales (45,1%). Las sugerencias de familiares o amigos son mencionadas en un 13,9% de los casos (Tabla 24).

Las publicaciones especializadas (3,9%) y folletos impresos (0,4%) son los menos utilizados como fuente de información para planificar el viaje.

Tabla 24. Medios o canales de comunicación utilizados para planificar el viaje a la región de Aysén.

Fuente de Información	%**
Internet y redes sociales	45,1%
Otro	37,3%
Sugerencia de familiares o amigos	13,9%
Agencia de viajes (oficina o kiosko)	5,4%
Publicaciones especiales	3,9%
Folletos impresos	0,4%

(*) La estimación de turistas en esta fuente de información está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

(**) La suma de los porcentaje no es 100%, por tratarse de una pregunta con respuesta múltiple

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Entre las motivaciones de los turistas para llegar a la región de Aysén durante la temporada baja 2017, la principal es por Trabajo (61,1%). Un cuarto de las personas arriban a la región por motivo de

vacaciones y un 5,1% llega a la región a visitar a familiares o amigos. Otros motivos de viaje tienen una prevalencia menor en las menciones de los informantes (Tabla 25).

Tabla 25. Porcentaje de turistas por motivo principal de viaje.

Motivo	%
Trabajo	61,1%
Vacaciones	25,9%
Visitas a familiares o amigos	5,1%
Otro*	1,9%
Negocios*	1,8%
Actividades culturales*	1,6%
Educación y formación*	1,4%
Viaje por salud*	1,0%
Deportes*	0,2%
Compras*	0,1%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en este motivo está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

De manera independiente del motivo del viaje a la región, los turistas que llegaron en temporada baja declaran un lugar que motivó su viaje. Entre los lugares que son más atractivos para el turismo antes de vivir la experiencia de viaje destacan la ciudad de Coyhaique (41,3%) y la Carretera Austral (8,1%) (Tabla 26). Otros lugares como Puerto Aysén, Puerto Chacabuco o Cochrane, aunque con menos menciones, igualmente aparecen entre los lugares que son atractivos para el turista.

Tabla 26. Porcentaje de turistas por lugar que motivó el viaje a la región de Aysén.

Lugar	%
Coyhaique	41,3%
Carretera Austral	8,1%
Puerto Aysén*	5,7%
Puerto Chacabuco*	5,6%
Otro lugar turístico*	5,3%
Cochrane*	4,8%
Capillas de Mármol*	3,7%
Chile Chico*	3,0%
Parque Nacional Laguna San Rafael*	2,6%
La Junta*	2,3%
Campos de Hielo Sur*	2,3%
Puerto Cisnes*	2,0%
Otros lugares***	13,3%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en este lugar está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

(***) Otros lugares codificados en nómina de lugares y atractivos turísticos, con menos de 2% de menciones

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Una vez en la región, los turistas organizan su viaje con algunas preferencias. El lugar más visitado es Coyhaique (75,6%). Su carácter de capital regional y centro de servicios, constituye a la ciudad como punto de apoyo para una parte importante de los desplazamientos por la región. Esta alta frecuencia coincide además con que es Coyhaique el lugar que motiva muchos de los viajes (

Tabla 27).

La ciudad de Puerto Aysén, segundo centro poblado en importancia en la región, también destaca con casi un quinto de las visitas hechas por los turistas (19,9%). Puerto Chacabuco es el tercer lugar más visitado durante temporada baja, con 13,2%, una proporción casi idéntica al destino Carretera Austral (13%).

Balmaceda (10,8%) y La Junta (7,4%) también reciben menciones como lugares más visitados. Otros destinos muestran una prevalencia menor en las menciones de los turistas en temporada baja.

Tabla 27. Lugares más visitados por turistas en el viaje por la Región.

Lugar visitado en viaje por la región	%**
Coyhaique	75,6%
Puerto Aysén	19,9%
Puerto Chacabuco	13,2%
Carretera Austral	13,0%
Balmaceda	10,8%
Otro lugar turístico	8,1%
La Junta	7,4%
Capillas De Mármol*	6,2%
Puerto Río Tranquilo*	5,8%
Puerto Cisnes*	5,4%
Cochrane*	5,4%
Chile Chico*	4,4%
Puyuhuapi*	3,8%
Río Mañihuales*	2,5%
Parque Nacional Laguna San Rafael*	2,1%
Parque Nacional Queulat*	2,1%
Villa O'Higgins*	2,1%
Puerto Ingeniero Ibáñez*	2,0%

(*) La estimación de turistas que visitan este lugar tiene alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

(**) La suma de los porcentajes no es 100%, por tratarse de una pregunta con respuesta múltiple.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Cuando los turistas recorren y conocen los diferentes lugares de la región, la variedad de lugares mencionados como los favoritos es igualmente amplia (Tabla 28). El lugar que más les gustó a los turistas fue la ciudad de Coyhaique (52%). Otros lugares tienen una representación menor en las menciones de las y los turistas.

Tabla 28. Porcentaje de turistas por el lugar visitado durante el viaje que más le gustó.

Lugar que más le gustó	%
Coyhaique	52,0%
Chacabuco*	6,1%
Puerto Aysén*	5,1%
Carretera Austral*	4,8%
La Junta	4,3%
Cochrane*	3,8%
Otro lugar turístico*	3,5%
Capillas De Mármol*	3,1%
Puerto Cisnes*	2,0%
Chile Chico*	1,8%
Otros lugares(***)	15,1%
TOTAL	100%

(*) La estimación de turistas en este lugar está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

(***) Otros lugares codificados en nómina de lugares y atractivos turísticos, con menos de 2% de menciones

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Los lugares visitados durante el viaje turístico no necesariamente cuentan con la infraestructura de servicios necesaria. Esto puede implicar que el lugar no cuente con acomodaciones suficientes, que permitan el alojamiento de las personas que lo visitan. En relación al tiempo de pernoctación en el lugar que más les gustó, la mayoría de los turistas (51,2%) señalan no haber pernoctado en el lugar.

De las personas que sí pudieron pernoctar en el lugar, un 34% lo hizo por 1 a 2 noches. Los otros rangos de permanencia muestran frecuencias relativas menores (Tabla 29).

Tabla 29. Porcentaje de turistas por cantidad de noches que pernoctaron en el lugar que más les gustó.

Noches de pernoctación en el lugar que más le gustó	%
0 noches	51,2%
de 1 a 2 noches	34,0%
de 3 a 5 noches*	10,4%
6 o más noches*	4,3%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en este tramo está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Entre los turistas que efectivamente pernoctaron en el lugar que más les gustó, más de la mitad lo hizo en hotel (54,5%). Los alojamientos en hostel / residencial y en cabañas muestran menores frecuencias relativas (Tabla 30). No se registra menciones de otros tipos de alojamiento.

Tabla 30. Porcentaje de turistas por tipo de alojamiento turístico utilizado en el lugar que más le gustó.

Tipo de Alojamiento utilizado en el lugar que más le gustó	%
Hotel	54,5%
Hostal / Residencial*	40,7%
Cabaña*	4,8%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en este tipo de alojamiento está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Al ser consultados respecto de la valoración que hacen del lugar de alojamiento, en el lugar que más les gustó, la mayoría de los turistas hacen una calificación de bueno o muy bueno (93%). Con menos los que evalúan el alojamiento como regular, malo, o muy malo (Tabla 31).

Tabla 31. Porcentaje de turistas por evaluación del alojamiento utilizado en el lugar que más le gustó.

Evaluación del servicio de alojamiento utilizado en el lugar que más le gustó	%
Bueno o muy bueno	93,0%
Regular*	3,1%
Malo o muy malo*	3,9%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en este tramo de evaluación está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Siempre con referencia al lugar que más gustó, el servicio de comida más utilizado son los restaurantes (47,3%). La siguiente categoría en importancia es la comida en el mismo alojamiento turístico (39,7%) (Tabla 32).

Tabla 32. Porcentaje de turistas por servicio de comida utilizado en el lugar que más le gustó.

Servicio de comida utilizado en el lugar que más le gustó	%
Restaurante	47,3%
Alojamiento turístico	39,7%
No comió en el lugar*	7,7%
Casa de familiares/ amigos*	1,9%
Preparó su comida*	1,9%
Comida para llevar*	1,6%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en este servicio de comida está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

La evaluación que los turistas hacen del servicio de comida utilizado, y citado en la pregunta anterior, es positiva en el 84,7% de los casos (Tabla 33). Las valoraciones regulares o negativas tienen menor prevalencia en la muestra.

Tabla 33. Porcentaje de turistas por evaluación del servicio de comida utilizado en el lugar que más le gustó.

Evaluación del servicio de comida utilizado en el lugar que más le gustó	%
Bueno o muy bueno	84,7%
Regular*	10,7%
Malo o muy malo*	4,6%
Total	100,0%

(*) La estimación de turistas en esta evaluación está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

El transporte utilizado con mayor frecuencia en el lugar que más gustó es el automóvil alquilado, con una presencia de 45,7% en la muestra (Tabla 34). Otros tipos de transporte muestran una prevalencia menor.

Tabla 34. Porcentaje de turistas por modo de transporte utilizado en el lugar que más le gustó.

Modo de transporte utilizado en el lugar que más le gustó	%
Automóvil alquilado	45,7%
Automóvil particular / moto*	23,5%
A pie / A dedo*	19,5%
Bus / Charter*	6,6%
Barcaza / embarcación*	2,7%
Avión / avioneta*	1,9%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en este modo de transporte está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Se solicitó a las y los turistas evaluar el modo de transporte utilizado en el lugar que más les gustó. Las valoraciones hechas fueron mayoritariamente positivas (88,8% en categorías bueno y muy bueno) (Tabla 35).

Tabla 35. Porcentaje de turistas por la evaluación del servicio de transporte utilizado en el lugar que más le gustó.

Evaluación del servicio de transporte utilizado en el lugar que más le gustó	%
Bueno o muy bueno	88,8%
Regular*	10,4%
Malo o muy malo*	0,8%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en este tramo de evaluación, tiene alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Entre las actividades turísticas realizadas por los turistas en temporada baja destaca las Actividades de esparcimiento, especialmente la compra en comercio y la visita a bares, casino de juegos y discotecas (Tabla 36). También se mencionan las Actividades de Naturaleza, que agrupan a la observación de flora, fauna y aves, visitas a parques o reservas y navegación de fiordos. De este grupo, las principales actividades son la observación de flora y la observación de fauna, que son mencionadas (cada una) por cerca del 40% de los informantes.

Entre las actividades y expresiones culturales con identidad regional, se cuentan la compra de bienes culturales (16,5%) y la experiencia de tradiciones locales o producción (y degustación) gastronómica local (9,8%).

Finalmente, en temporada baja, las actividades de deportes y aventura son aquellas que muestran una menor prevalencia. La actividad de Trekking y senderismo es la más popular en este grupo de actividades, alcanzando una prevalencia de 9,5% entre las menciones (Tabla 36).

Tabla 36. Actividades realizadas por turistas en la región de Aysén durante su viaje por la región.

Categoría	Actividad	%**
Actividades de esparcimiento (no directamente relacionadas a la historia o costumbres locales)	Compra en comercio	58,4%
	Bares, casinos de juegos, discotecas	36,5%
	Exposiciones*	5,2%
	Cine Teatro*	2,4%
Actividades de naturaleza	Observación de flora	42,0%
	Observación de Fauna	39,2%
	Observación de aves	28,5%
	Visita a reservas/parques	13,5%
	Navegación fiordos	11,0%
Actividades y expresiones culturales con identidad regional	Compra de bienes culturales	16,5%
	Experiencia de tradiciones locales o producción/degustación gastronómica local	9,8%
	Visita a Museos y lugares históricos*	5,3%
	Fiestas costumbristas/Gastronómicas*	2,3%
	Jineteadas y Folklore*	1,4%
Actividades deportes/aventura	Trekking/Senderismo	9,5%
	Caminata sobre hielo*	2,5%
	Kayak/ Rafting/Canotaje*	2,2%
	Cabalgata*	2,0%
	Ciclismo*	1,6%
	Pesca con mosca*	1,5%
	Montañismo*	1,5%
	Escalada Roca*	1,2%
	Mountain Bike*	1,1%
	Pesca de mar*	0,5%
	Buceo*	0,4%

(*) La estimación de turistas en esta actividad está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

(**) La suma de los porcentajes no es 100%, por tratarse de una pregunta con respuesta múltiple

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

3.3. EXPERIENCIA DE VIAJE

En el presente estudio, la experiencia de viaje del turista en la región se evalúa a partir de condiciones materiales similares a las consultadas anteriormente, y un conjunto de percepciones individuales basadas en la opinión de los propios informantes.

En la Tabla 37 se observan los diferentes aspectos sobre los cuales se consulta a los turistas, para conocer su evaluación de la experiencia vivida durante el viaje por la región en temporada baja. La experiencia completa durante la visita a la región de Aysén concentra un 93,8% en las categorías bueno o muy bueno.

En términos específicos, los aspectos de *Hospitalidad de los residentes*, *Variedad de atractivos naturales*, *Experiencia o emoción de visitar sitios* y *Percepción de seguridad en los lugares visitados*; son aquellos con más alta evaluación por parte de los informantes, que les entregan valoraciones de Bueno o Muy bueno en más del 90% de los casos.

Los aspectos relacionados con disponibilidad de servicios asociados al turismo, muestran una valoración mayoritariamente positiva. Es el caso de la disponibilidad de *Servicios de alojamiento*; *Servicios de alimentación*, *Servicios de transporte*, *Servicios complementarios* y *Servicios de telecomunicaciones*. Estos aspectos muestran valoraciones positivas que varían entre un 71% y un 84% de los casos.

La *disponibilidad de información turística* es un aspecto que resulta con un 64,1% de valoraciones positivas; sin embargo, el conjunto de personas que declaran que esta dimensión regular (19,3%) o mala o muy mala (16,6%) se convierte en un ámbito de posibilidades de mejora para la región.

Los aspectos con menor valoración de parte de los turistas, son la *Variedad de atractivos o expresiones culturales* y *Accesibilidad a atractivos culturales*. Estos aspectos reciben valoraciones de Malo o Muy malo en un 24,7% y 27% de los casos, respectivamente.

Tabla 37. Porcentaje de turistas según evaluación de diferentes aspectos del viaje por la región de Aysén.

Aspecto	Bueno o Muy Bueno	Regular	Malo o Muy Malo	Total
La hospitalidad de los residentes	95,4%	3,9%*	0,7%*	100%
Califique su experiencia completa durante su visita a la región de Aysén	93,8%	5,8%*	0,4%*	100%
Variedad de atractivos naturales	92,5%	4,2%*	3,3%*	100%
La experiencia/emoción de visitar los sitios naturales	92,5%	6,8%*	0,7%*	100%
Percepción de seguridad en los lugares visitados	91,5%	5,7%*	2,8%*	100%
Conservación de atractivos naturales	86,6%	8,0%*	5,4%*	100%
La experiencia/emoción de visitar sitios históricos y participar de expresiones culturales con identidad regional	84,6%	10,9%*	4,5%*	100%
Preparación y atención del guía de turismo	84,0%	13,7%*	2,3%*	100%
Disponibilidad de servicios de alojamiento que buscaba	83,8%	10,7%	5,5%*	100%
Limpieza de espacios públicos y caminos	83,6%	10,3%	6,1%*	100%
Disponibilidad de servicios de alimentación que buscaba	78,5%	14,5%	7,0%*	100%
Disponibilidad de servicios de transporte que necesitaba	76,7%	12,9%	10,4%	100%
Disponibilidad de servicios complementarios (servicio salud, farmacias, emergencia, bancos/cajeros, etc.)	72,5%	17,6%	9,9%	100%
Disponibilidad y calidad de servicios telecomunicaciones (telefonía e internet)	71,2%	19,4%	9,4%	100%
Variedad de actividades turísticas	70,9%	20,0%	9,1%*	100%
Calidad de atractivos o expresiones culturales	68,3%	15,7%*	16,0%*	100%
Disponibilidad de servicios de actividades turísticas que buscaba	65,1%	20,5%	14,4%*	100%
Disponibilidad de información turística (hospedaje, restaurantes, recorridos, servicios, etc.) respecto a los lugares visitados	64,1%	19,3%	16,6%	100%
Accesibilidad a atractivos naturales	61,9%	26,5%	11,6%*	100%
Variedad de atractivos o expresiones culturales	59,0%	16,3%*	24,7%	100%
Accesibilidad a atractivos culturales	58,4%	14,5%*	27,0%	100%

(*) La estimación de turistas que entregan esta calificación tiene alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

En coherencia completa con las valoraciones hechas de distintos aspectos del viaje, al solicitarse a los turistas que mencionen lo mejor que la región ofrece a sus visitantes, la naturaleza y la amabilidad de sus habitantes son los aspectos más mencionados. Un 91,3% menciona a la naturaleza destacando aspectos como variedad, belleza del paisaje y clima. La amabilidad y hospitalidad de la gente es mencionada por un 40,4% de las personas (Tabla 38).

Otras menciones importantes corresponden a Tranquilidad y experiencia espiritual de conexión con el entorno (18,2%), Infraestructura para el turismo (13,7%), Gastronomía (11,6%) y Atractivos turísticos específicos (10,1%).

Tabla 38. ¿Qué es lo mejor que ofrece la región de Aysén a sus visitantes?

Los mejores aspectos de la región	%**
Naturaleza (variedad, belleza del paisaje y clima)	91,3%
Amabilidad y hospitalidad de la gente	40,4%
Tranquilidad y experiencia espiritual de conexión con el entorno	18,2%
Infraestructura para el turismo (alojamiento, conectividad, restaurantes)	13,7%
Gastronomía	11,6%
Atractivos turísticos (y mención a lugar específico)	10,1%
Seguridad*	7,6%
Cultura (tradiciones y costumbres locales)*	7,2%
Cuidado y conservación del entorno*	6,2%
Conveniencia del comercio y oportunidades laborales*	5,4%
Deportes de naturaleza*	2,9%

(*) La estimación de turistas en este aspecto está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

(**) La suma de los porcentajes no es 100%, por tratarse de una pregunta con respuesta múltiple

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Entre los aspectos que la región debiera mejorar para sus visitantes, el que acumula más menciones hace referencia a las dificultades de movilidad relacionadas con deficiencias en el estado de caminos, señalética inadecuada, la falta de transporte público y la seguridad vial (52,2%) (Tabla 39).

La infraestructura y servicios turísticos, incluyendo alojamiento, restaurantes, tour operadores, ocupan el segundo lugar en frecuencia relativa de las menciones, con un 28,3% entre los turistas de temporada baja. Los servicios complementarios del turismo (parte también de la infraestructura necesaria para acoger al visitante) como servicios de salud, farmacias, cajeros automáticos, abastecimiento de combustible, ocupan un tercer lugar en las menciones de aquellos aspectos necesarios de mejorar. Estos son mencionados por un 20,5% de las y los turistas.

Mejorar la información turística se menciona igualmente como otra oportunidad de mejora para la región, y concentra el 19,2% de las menciones entre los aspectos evaluados como más deficientes.

Otros aspectos con menciones importantes corresponden a horarios, precios y variedad en la oferta de comercio (16% de las menciones) y los servicios de comunicaciones, como internet y telefonía, que son mencionados en un 11,8% de los casos (Tabla 39).

Tabla 39. ¿Y qué aspectos debieran mejorar para que los visitantes a la región de Aysén quedasen contentos con su viaje?

Aspectos de la región a mejorar para sus visitantes	%**
Problemas de movilidad (estado de caminos, señalética, ofertas de transporte público, seguridad vial)	52,2%
Servicios turísticos (alojamiento, restaurante, tour operador)	28,3%
Servicios complementarios al turismo (salud, farmacia, cajero, estación de servicio)	20,5%
Servicio de información turística	19,2%
Comercio (horarios, precios, variedad)	16,0%
Servicios comunicacionales (internet, telefonía)	11,8%
Calidad de atención al cliente/turista*	9,4%
Limpieza y seguridad públicas*	8,3%
Cuidado del medio ambiente y el entorno*	8,1%
Oferta y conservación de bienes y servicios culturales*	6,8%
Hospitalidad del residente*	0,7%

(*) La estimación de turistas en este aspecto está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

(**) La suma de los porcentajes no es 100%, por tratarse de una pregunta con respuesta múltiple

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Considerando el evidente reconocimiento de aspectos por mejorar en la región a fin de hacer más agradable la estadía de sus visitantes en temporada baja, es un dato de interés que el 99,6% de las personas consultadas señale que, de tener la oportunidad, volverían a la región (Tabla 40). Además, un 95,8% dice que recomendaría a otra persona la región como destino turístico (Tabla 41).

Tabla 40. Porcentaje de turistas que volverían a la región de Aysén.

Volvería a la Región de Aysén	%
Si	99,6%
No*	0,4%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en esta categoría está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Tabla 41. Porcentaje de turistas que recomendaría a otra persona la visita a la Región de Aysén.

Recomendaría a otra persona visitar la Región de Aysén	%
Si	95,9%
No*	4,1%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en esta categoría está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

3.4. GASTOS

Los gastos promedio informados por las personas consultadas, en base al tiempo de viaje lleva hasta el momento de la encuesta es, por ítem, el que se presenta a continuación.

El gasto promedio diario por persona en alojamiento es de \$49.547 pesos chilenos. En alimentación y transporte, el gasto asciende a \$19.496 y \$37.239 pesos, respectivamente (Tabla 42).

En actividades turísticas, el gasto diario promedio por persona es de \$2.469. Y el gasto promedio por persona en servicios de agencias de viajes, operadores y guías turísticos, llega a \$582 pesos diarios.

Finalmente, en comercio el gasto promedio diario por cada persona es de \$21.174.

Tabla 42. Gasto promedio diario por persona en lo que va del viaje, según ítem. Gasto en peso chileno.

Ítem	Gasto en pesos (**)
Alojamiento***	\$ 49.547
Alimentación*	\$ 19.496
Transporte	\$ 37.239
Agencia de viajes/Operadores /Guías de turismo*	\$ 582
Actividades turísticas*	\$ 2.469
Comercio /Consumo*	\$ 21.174

(*) La estimación de turistas en este ítem está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

(**) La captura del dato se realizó en diversas monedas, las cuales fueron convertidas a peso chileno.

(***) Solo considera los casos que tienen un gasto en alojamiento diferente a >0.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Con el fin de complementar la información de la Tabla 42, se solicitó al turista una estimación de lo que sería su gasto total al finalizar el viaje por la región. En promedio, este gasto estimado es de \$114.599 por persona por día (Tabla 43).

Tabla 43. Gasto promedio diario por persona, al finalizar el viaje. Gasto en peso chileno.

Gasto promedio diario por persona al terminar el viaje*/**	\$ 114.599
---	-------------------

(*) La estimación de turistas en este ítem está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

(**) La captura del dato se realizó en diversas monedas, las cuales fueron convertidas a peso chileno.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

4. NOTAS METODOLÓGICAS

4.1. BASE DE DATOS

El producto principal del estudio de demanda en Establecimientos de Alojamiento Turístico, es una base de datos de 358 casos (organizados en filas) y 234 variables (organizadas en columnas)

La unidad de análisis de la base de datos es un/una turista, a quien se le describe en función de las variables levantadas (atributos).

Las variables, o atributos de los y las turistas, se organizan por sección, siguiendo el orden que presentan en el cuestionario (Ver Anexo 1). Los nombres de cada variable inician con una letra, de acuerdo a la sección del cuestionario a la que pertenece esa variable.

Además de las variables que provienen del cuestionario, la base de datos contiene también variables auxiliares de análisis. El Diccionario de Variables (ver Anexo 2) detalla cada una de las variables contenidas en la base de datos, con nombre y categorías de datos.

La base de datos contiene valores en todas sus celdas; no hay celdas en blanco. Los valores -99 significan que una persona encuestada no respondió una pregunta y los valores -98 indican que la pregunta no debía ser respondida.

En el tratamiento de la información contenida en la base de datos, se debe tener en consideración el uso de filtros de aplicación de preguntas en distintas partes del cuestionario. El instrumento de encuesta orienta del procesamiento de esta base de datos y contiene los saltos y filtros que correspondía aplicar durante la encuesta. En notas técnicas se incluyen algunas recomendaciones metodológicas a tener en cuenta para un mejor aprovechamiento de esta información.

4.2. COEFICIENTES DE VARIACIÓN

Los errores de muestreo son comunes a todo estudio que utilice una parte de la población para estimar características de todo el conjunto poblacional. Existen distintas formas de medir estos errores para las variables de interés, como, por ejemplo, la varianza, la desviación estándar o algunas transformaciones de estas, como el error absoluto, el coeficiente de variación, el error relativo, entre

otros³. Para efectos del presente estudio se utiliza específicamente el Coeficiente de Variación como medida de error.

El error absoluto asociado a una estimación del 95% de confiabilidad se puede interpretar como la diferencia máxima que se esperaría observar entre el valor estimado y el verdadero valor de la variable, en una estimación con una confiabilidad del 95%. En tanto que el error relativo y el coeficiente de variación son medidas que indican la precisión relativa de la estimación. El cálculo del coeficiente de variación se obtiene del cociente entre la desviación estándar (raíz cuadrada de la varianza) y el valor de la estimación. Este cociente se puede interpretar como medida que indica la precisión relativa de la estimación.

La Tabla 44 muestra distintos rangos de niveles del error relativo y del coeficiente de variación, y su respectiva clasificación en cuanto a si la estimación es confiable o no en términos estadísticos.

Tabla 44. Clasificación del Error Relativo (al 95%) y Coeficiente de Variación.

Clasificación	Rango del error relativo (%)		Rango del Coeficiente de variación (%)	
	0%	10%	0%	5%
Muy bueno	0%	10%	0%	5%
Bueno	10%	30%	5%	15%
Regular	30%	40%	15%	20%
No recomendable	40%	100%	20%	100%

Fuente: “Encuesta Suplementaria de Ingresos (ESI) Manual Conceptual y Metodológico”, junio 2017, Instituto Nacional de Estadísticas – Chile.

De esta manera, si el usuario o investigador desea realizar análisis adicionales, es preciso que evalúe la confiabilidad del estimador que propone analizar de forma conjunta, tanto con el coeficiente de variación, como con el tamaño de la muestra. Se recomienda entonces, a modo de referencia, utilizar los siguientes criterios:

- i. Si el coeficiente de variación es de hasta un 5%, se considera que la estimación es muy buena o precisa, si y solo si la frecuencia de casos es superior a 5 observaciones.
- ii. Si el coeficiente de variación se ubica entre un 5% y un 15%, se considera que la estimación es buena, si y solo si la frecuencia de casos es superior a 5 observaciones.
- iii. Si el coeficiente de variación se ubica entre un 15% y un 20% se podría considerar una estimación poco confiable, independiente de si la frecuencia de casos es superior a 5 observaciones.
- iv. Si el coeficiente de variación supera el 20%, la estimación se presenta como poco precisa y por ende no recomendable, independiente de si la frecuencia de casos es superior a 5 observaciones.

³ Ver “Encuesta Suplementaria de Ingresos (ESI) Manual Conceptual y Metodológico”, Junio 2017, Instituto Nacional de Estadísticas – Chile.

4.3. INFORMANTE Y GRUPO DE VIAJE

El cuestionario utilizado para el levantamiento de información, se diseñó para conocer características tanto de la persona informante de la encuesta, como de aquellas que le acompañan en el viaje. Respecto de éstas, se recoge información básica como edad, sexo y país o región de procedencia. En el presente estudio y en este documento, por tanto, se muestran tablas que contienen información referida tanto a las personas informantes, como a los acompañantes del grupo de viaje.

Para estudios futuros, se estima relevante aclarar la unidad de análisis que se utilizará para el acercamiento al fenómeno turístico. Esta unidad de análisis puede ser el “grupo de viaje”, como una unidad integral de todas las personas que acompañan en el viaje turístico.

Aun cuando en esta unidad de análisis no se contaría con factores de expansión adecuados para parámetros poblacionales, podría colaborar a enriquecer el análisis e interpretación de los datos. Por ejemplo, abordar el gasto de los turistas ponderado por el tamaño del grupo de viaje para conocer los comportamientos de consumo en una economía de escala. O hacer una comparación de la experiencia de viaje integrando tamaño de grupo como variable clasificatoria para la construcción de tipologías del perfil de turistas.

4.4. ESTIMACIÓN DE GASTO POR TURISTA

Para efectos de facilitar la respuesta en relación con gastos de viaje, las personas chilenas o extranjeras declararon su consumo en pesos chilenos o alguna moneda extranjera. Para el cálculo y análisis de los gastos, en las declaraciones en pesos chilenos, se considera el monto en pesos chilenos nominales, considerando el día y mes de recogida de la información. Para las declaraciones en otra moneda, se consideró el promedio del tipo de cambio mensual. A fin de homogenizar el cálculo y análisis, los gastos de viaje se expresan en términos nominales, considerando el periodo de levantamiento de junio y julio 2017.

Para el cálculo de gasto promedio por turista, se presenta la medición del promedio de gasto por cada grupo de personas que se encuentran pernoctando en Establecimientos de Alojamiento Turístico en la región de Aysén. En esta medición están incluidos los grupos de personas que realizan gastos en un ítem particular, como los grupos que no realizan gastos en ese ítem. Otra manera de medir el gasto, es promediar los valores informados por las personas que efectivamente realizan gasto en cada ítem, y ponderar este valor *por el tamaño del grupo*⁴.

⁴ Se reestima el peso específico de cada grupo en función del tamaño de grupo, dado que el peso del gasto promedio representa un número diferente de personas. Además, existe una relación inversa entre tamaño de grupo y gasto debido a la presencia de economías de escalas presentes al aumentar el tamaño del grupo.

Usando esta nueva forma de cálculo, entre las personas que realizan gasto en alojamiento⁵, el valor diario promedio gastado por persona expresado en peso chileno, fue de \$45.742 (Tabla 45).

En aquellas personas que realizaron un gasto en alimentación, que corresponde al 77,7% de los turistas, el consumo promedio diario por persona fue de \$19.947. Los turistas que realizaron un gasto en transporte, corresponden al 67,9%, siendo el consumo promedio diario por persona de \$43.274.

Cerca de la mitad de los turistas declararon gastos en el ítem de comercio o consumo (49,2%), y su gasto promedio diario fue de \$43.105.

Los otros ítems de gastos muestran una proporción baja. Un 5,3% declara haber realizado gasto en agencia de viajes, operadores o guías de turismo, con \$11.044 de gastos promedio diario. El gasto en actividades turísticas fue realizado por un 3,4% de los turistas, con un gasto promedio de \$43.651 (Tabla 45).

Tabla 45. Gasto promedio diario por persona en lo que va del viaje, según ítem. Gasto calculado con método de ponderación por tamaño de grupo.

Ítem	Proporción(***)	Gasto en pesos (**)
Alojamiento	100,0%	\$ 45.742
Alimentación*	77,7%	\$ 19.947
Transporte	67,9%	\$ 43.274
Agencia de viajes / Operadores /Guía de turismo*	5,3%	\$ 11.044
Actividades turísticas*	3,4%	\$ 43.651
Comercio /Consumo*	49,2%	\$ 43.105

(*) La estimación de turistas en este ítem está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

(**) La captura del dato se realizó en diversas monedas, las cuales fueron convertidas a peso chileno.

(***) Proporción de turistas que presentan gastos no nulos, respecto al total de personas que declararon información sobre su gasto

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Los turistas informantes fueron consultados respecto de su estimación del gasto total al final de su viaje por la región. El monto promedio diario por persona informado fue de \$96.072 pesos chilenos (Tabla 46).

⁵ El gasto en alojamiento, que por definición los registros disponibles mantienen información en cada grupo de turistas.

Tabla 46. Gasto diario por persona, al finalizar el viaje. Promedio de gasto en peso chileno. Gasto calculado con método de ponderación por tamaño de grupo.

Gasto promedio diario por persona, al final del viaje */**/***	\$96.072
---	-----------------

(*) La estimación de turistas en este ítem está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

(**) La captura del dato se realizó en diversas monedas, las cuales fueron convertidas a peso chileno.

(***) Proporción de turistas que presentan gastos no nulos, respecto al total de personas que declararon información sobre su gasto.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

4.5. MOTIVOS DE VIAJE

A objeto de conocer la motivación del turista para visitar la región de Aysén, el cuestionario incluyó la pregunta respecto de las razones para la visita a la región. Además, se solicitó que, de existir más de un motivo, éstos fueran mencionados en orden de importancia (primer motivo mencionado es el más importante, el último es el menos importante). En la base de datos, existen 5 variables referidas al motivo del viaje. Éstas son:

- A.8.1. ¿Cuál fue el principal motivo de su viaje? PRINCIPAL MOTIVO
- A.8.2. ¿Cuál fue el principal motivo de su viaje? MOTIVO 2
- A.8.3. ¿Cuál fue el principal motivo de su viaje? MOTIVO 3
- A.8.4. ¿Cuál fue el principal motivo de su viaje? MOTIVO 4
- A.8.5. ¿Cuál fue el principal motivo de su viaje? MOTIVO 5

La mayor parte de los informantes respondieron 1 o 2 motivos, aunque algunos seleccionaron hasta 5 motivos.

Para el procesamiento de esta pregunta, se calculó la frecuencia relativa para las tres primeras opciones (motivo principal, secundario y terciario). Con el objeto de mantener la jerarquización solicitada al informante, el número de casos para cada una de las tres variables corresponde al número de casos disponible en el interior de cada columna.

Así, es posible profundizar en un análisis de los dos motivos principales. Esto resulta especialmente interesante al ver que categorías como “Visitas a familiares o amigos” o “Compras” muestran una alta frecuencia, pero son mencionadas en un segundo orden de importancia por quien responde (Tabla 47).

Tabla 47. Porcentaje de turistas por motivo de viaje. Motivo principal, secundario y terciario.

Motivo	1° Lugar	2° Lugar
Trabajo	61,1%	5,6%*
Vacaciones	25,9%	30,3%*
Visitas a familiares o amigos	5,1%*	22,6%*
Otro	1,9%*	9%*
Negocios	1,8%*	7,3%*
Actividades culturales	1,6%*	0,0%
Educación y formación	1,4%*	0,8%*
Viaje por salud	1,0%*	0,0%
Deportes	0,2%*	0,0%
Compras	0,1%*	24,5%*
Total	100%	100%

(*) La estimación de turistas con este motivo de viaje turístico tiene alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Esta aclaración tiene el objetivo de orientar al analista, en tanto se entiende que un nuevo procesamiento, hecho bajo el criterio de seleccionar “el motivo más nombrado” en un N igual al número de menciones, conllevaría a una pérdida de información en comparación con usar la priorización del informante.

4.6. LO MEJOR Y LO PEOR QUE LA REGIÓN OFRECE A SUS VISITANTES

A diferencia de la pregunta anterior, referida a la priorización de motivos para visitar la región, en la base de datos hay 6 variables que sí se pueden trabajar mediante el método “aspectos con más menciones”. Las siguientes son las 6 variables en cuestión:

- F.1.a. De acuerdo a lo que conoció ¿Qué es lo mejor que ofrece la región de Aysén a sus visitantes? ASPECTO A
- F.1.b. De acuerdo a lo que conoció ¿Qué es lo mejor que ofrece la región de Aysén a sus visitantes? ASPECTO B
- F.1.c. De acuerdo a lo que conoció ¿Qué es lo mejor que ofrece la región de Aysén a sus visitantes? ASPECTO C
- F.2.a. ¿Y qué aspectos debieran mejorar para que los visitantes a la región de Aysén quedasen contentos con su viaje? ASPECTO A
- F.2.b. ¿Y qué aspectos debieran mejorar para que los visitantes a la región de Aysén quedasen contentos con su viaje? ASPECTO B

- F.2.c. ¿Y qué aspectos debieran mejorar para que los visitantes a la región de Aysén quedasen contentos con su viaje? ASPECTO C

En todos estos casos, la solicitud hecha al informante no considera la jerarquización de la respuesta, por tanto, es posible contabilizar la frecuencia relativa en relación al total de menciones (a diferencia de las personas que la declaran) para hacer un análisis más pertinente de la variable (Tabla 48).

Tabla 48. ¿Y qué aspectos debieran mejorar para que los visitantes a la región de Aysén quedasen contentos con su viaje?

Aspectos de la región a mejorar para sus visitantes	%**
Problemas de movilidad (estado de caminos, señalética, ofertas de transporte público, seguridad vial)	52,2%
Servicios turísticos (alojamiento, restaurante, tour operador)	28,3%
Servicios complementarios al turismo (salud, farmacia, cajero, estación de servicio)	20,5%
Servicio de información turística	19,2%
Comercio (horarios, precios, variedad)	16,0%
Servicios comunicacionales (internet, telefonía)	11,8%
Calidad de atención al cliente/turista*	9,4%
Limpieza y seguridad públicas*	8,3%
Cuidado del medio ambiente y el entorno*	8,1%
Oferta y conservación de bienes y servicios culturales*	6,8%
Hospitalidad del residente*	0,7%

(*) La estimación de turistas en este aspecto está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de turistas.

(**) La suma de los porcentajes no es 100%, por tratarse de una pregunta con respuesta múltiple

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Estas variables fueron recogidas en el cuestionario a través de preguntas abiertas, las que fueron tratadas mediante un proceso de categorización, que resultó en las categorías mostradas. Este proceso se desarrolló en las siguientes etapas:

- Se hace una lectura general de las respuestas de los informantes en las tres columnas “mejores aspectos que ofrece la región”, y por separado las tres columnas textuales de los tres “aspectos que la región debiera mejorar para sus visitantes”.
- Se extraen las categorías conceptuales subyacentes a los enunciados. Este paso requiere de un análisis cualitativo de tipo interpretativo para crear categorías que mejor representen lo expresado por los informantes. Estas categorías reciben el nombre de “categorías emergentes”.

- iii. Se hace un análisis cuantitativo de frecuencias para conocer la concentración de respuestas en cada una de las categorías emergentes propuestas. Se agrupan las categorías con menor presencia relativa asociándolas en una categoría emergente con igual nivel semántico.
- iv. Con la categorización definitiva, se procede a asignar un valor a cada uno de los enunciados textuales expresados por los informantes.

Por último, se ingresa a la base de datos la nueva variable “categorizada” que contienen solo valores numéricos y se elimina la variable original con datos textuales. Luego se procede a hacer el análisis de frecuencia definitivo del cual resultan los tabulados que se presentan en este informe (Tabla 39 y Tabla 40).

Este procedimiento de análisis es útil para captar aspectos emergentes espontáneamente de la opinión de los informantes, evitando el sesgo que presume el uso de respuestas prediseñadas, como en el caso de las alternativas estandarizadas de respuesta.

4.7. REGIONALIZACIÓN NACIONAL VIGENTE

En el momento en que se realizó el estudio, en junio y julio de 2017, Chile contaba con 15 regiones, incluyendo la Región Metropolitana, por lo que no se consideró en el cuestionario la Región de Ñuble creada por Decreto Ley N° 21.033 con fecha el 5 de septiembre de 2017, y que entrará en vigencia un año después de la promulgación, en septiembre de 2018.

Para futuras observaciones y procesamientos de datos presentados en este informe, se sugiere tomar en consideración los cambios en la división político-administrativa del país, en particular en lo referido a la procedencia de los turistas nacionales, según se presentan en la Tabla 7 y Tabla 17.

5. CONCLUSIONES

El estudio de Demanda en Establecimientos de Alojamiento Turístico (EAT) entrega importante información del comportamiento de los turistas que llegaron a la región de Aysén en la temporada baja 2017, acerca de sus características sociodemográficas, las actividades y hábitos de consumo que desarrollan durante el viaje, y las percepciones y opiniones que construyen a partir de lo que la región ofrece en tanto experiencia de viaje.

La principal fortaleza de la información presentada, radica en el levantamiento de información primaria, esto es, información proveniente de las propias personas que, en su papel de turistas en temporada baja, accedieron a reportar información respondiendo el cuestionario diseñado. Gracias a esto, es posible contar ahora con una base de datos actualizada, que presentará enorme utilidad para la toma de decisiones estratégicas en relación al rubro turístico regional, tanto por actores públicos como privados.

Independientemente del valor de los resultados entregados, es relevante hacer algunas precisiones respecto de elementos importantes para la etapa de análisis e interpretación de la información.

A un nivel metodológico

Un estudio como el que se presenta en este documento, que se ocupa de un fenómeno complejo y multidimensional, debe incorporar diferentes niveles de procesamiento para lograr un análisis que sea relevante y pertinente a la materia en estudio. El mero uso de análisis basados en promedios resultaría insuficiente e induciría generalizaciones que no darían cuenta del fenómeno completo. En este sentido, se hace necesaria la incorporación de categorías de análisis con límites más acotados, en virtud de las cuales se logre apreciar matices de los datos presentados, que en un análisis de promedio general quedarían ocultos. Un ejemplo es el tratamiento de las variables de gastos o tiempo de estadía, que si bien muestran información útil en el promedio, pueden entregar información de mayor riqueza al realizarse un análisis por categoría.

Estos análisis basados en la desagregación de los datos, deben ser debidamente informados con los coeficientes de variación y notas metodológicas presentadas en este mismo documento. De este modo, se podrá determinar el nivel de desagregación posible de los datos, sin perder calidad de la información obtenida.

Se recomienda tener una visión general e integrada de los distintos tabulados, para obtener una mejor comprensión de algún fenómeno determinado, antes de extraer conclusiones de alguna tabla específica. Esta visión general debe mantener en consideración la estructura y lógica del cuestionario

empleado. Algunos tópicos de análisis (como las agencias de viaje), demandan una comprensión del planteamiento de la pregunta en el instrumento, para su buen entendimiento.

En relación a esto último, el objetivo general del estudio es el de recoger información de un conjunto particular de turistas: aquellos que alojan en establecimientos de alojamiento turístico durante el periodo de referencia de temporada baja. El análisis de la información aquí presentada debe complementarse con la entregada por los estudios de flujo y demanda en viviendas (fuentes de información y unidades de análisis diferentes), para obtener una perspectiva integrada del fenómeno de demanda turística o del turismo (emisivo y receptivo) en la región.

Finalmente, resulta fundamental seguir construyendo en conjunto entre las unidades técnicas del INE y SERNATUR, pautas con lineamientos que permitan a los usuarios tener una visión clara de cómo cada uno de los distintos instrumentos aporta una perspectiva específica para entender las dinámicas de funcionamiento del sector.

A un nivel de resultados estratégicos

Gracias a la utilización de iguales instrumentos metodológicos en ambos levantamientos, los resultados obtenidos durante el periodo de temporada baja que se presentan en este informe son comparables a los obtenidos durante temporada alta 2017, entregados a SERNATUR en Noviembre del mismo año. Así, se visualizan algunas tendencias que pueden ser analizadas más en profundidad en etapas posteriores.

A diferencia de la temporada alta 2017, el principal motivo por el que los turistas visitan la región cambia: pasa de ser más las personas que vienen por vacaciones en los meses estivales, a una mayor concentración de turistas por motivos de trabajo, en temporada baja. Es interesante observar como el cambio de esta variable da lugar a una nueva configuración al perfil del turista, la composición del grupo de viaje, los gatos y la experiencia turística en general. En términos porcentuales, mientras que el 61% afirma visitar la región por trabajo durante la temporada baja, en época estival este motivo – como principal- sólo representó un 19%. Asimismo, en temporada baja las visitas por vacaciones descienden desde un 73% a un 25%.

Respecto del perfil de los turistas, la proporción de turistas hombres es mayor en temporada baja, tanto para los turistas informantes (aumenta de 57,9% a 65%), como para quienes acompañan (sube desde 52,8% a 61%) en el viaje turístico. La distribución por tramos de edad muestra algunas diferencias también, disminuyendo la cantidad relativa de personas en los tramos de edad más avanzada. La mayor prevalencia de turistas nacionales se mantiene en ambas temporadas, pero se acentúa en temporada baja. Los turistas extranjeros descienden desde un 27% a un 14%, mostrándose además una elevada mayoría de turistas provenientes de Argentina, que aumentan su

prevalencia desde un 52% a un 88%. Entre los turistas nacionales, se aprecia un aumento de los turistas cuya residencia habitual en la Región de Aysén.

Los perfiles educacionales se mantienen similares, al igual que las ramas de actividad económica declarada de los turistas. Las personas que viajan solas son más frecuentes en temporada baja (45%, versus un 27% en la medición anterior). Para las personas que viajan en grupo, se hace más relevante la presencia de compañeros de trabajo en el grupo de viaje (aumenta desde 6% a 40%) y los cónyuges o parejas son menos frecuentes (disminuye desde 64% a 37%).

Respecto del viaje, se aprecia en temporada baja una mayor concentración de viajes de menor duración. Mientras en temporada alta, un 55% de los turistas declaraba una estadía programada de 1 a 7 noches, en temporada baja un 80% de las estadías se estiman en ese rango de duración.

Para la programación del viaje, el uso de agencias turísticas se observa menor en temporada baja (un 94% de los turistas indica no haber usado estos servicios). Las pocas personas que sí los usaron, parecen haber contratado únicamente desde Chile.

Los destinos turísticos muestran también modificaciones. La ciudad de Coyhaique aumenta su prevalencia como lugar que motiva el viaje y, junto con Puerto Aysén y Puerto Chacabuco, se convierten en los lugares más mencionados en los listados de lugares visitados en la región. Lugares turísticos como Puerto Río Tranquilo, Capillas de Mármol, Puyuhuapi o Cochrane, bajan significativamente su frecuencia relativa de menciones respecto de la temporada estival.

En una probable asociación con la predominancia del trabajo como principal motivo de viaje y condiciones climáticas asociadas a los meses invernales, las actividades declaradas por los turistas en temporada baja incluyen menores menciones a Actividades de naturaleza, Actividades de deportes y aventura y Actividades culturales. Por el contrario, las Actividades de esparcimiento son las que muestran frecuencias relativas mayores durante temporada baja.

En relación a la evaluación de la experiencia de viaje, se observan valoraciones similares entre las dos mediciones, al igual que en la disposición a regresar a la región y a recomendarla a otra persona. Sin perjuicio de ello, los problemas de movilidad parecen ser más relevados por los turistas durante temporada baja.

Respecto de los gastos en los que los turistas han incurrido durante el viaje, éstos se aprecian mayores durante la temporada baja para los ítems de Alojamiento, Alimentación, Transporte y Comercio. Los ítems asociados a Agencias de viajes u operadores y Actividades turísticas descienden respecto de lo encontrado en los meses de verano. El gasto promedio estimado en temporada alta fue de \$81.279 diarios por persona; en temporada baja, este gasto se estimó mayor, llegando a \$114.599 diarios por persona, reflejando un aumento de alrededor de un cuarenta por ciento entre ambas estacionalidades.

Finalmente, en esta discusión se concluye la existencia de características diferenciadoras de los viajes turísticos en temporada alta y baja, validándose la mayor preponderancia de los motivos de trabajo durante la época invernal, con variaciones asociadas en términos de perfil de visitantes, tiempos de estadía y actividades. Estos indicios deberán ser analizados de forma complementaria con el estudio de demanda en puntos de flujo turístico realizado en igual temporada.

ANEXOS

GLOSARIO DE TÉRMINOS Y SIGLAS

Turismo	Es el conjunto de actividades realizadas por las personas durante sus viajes y permanencias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, por motivos diferentes al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.
Demanda Turística	Comprende el total de personas que viaja o desea viajar para usar las instalaciones y servicios turísticos ubicados en lugares distintos al de residencia y trabajo de los usuarios. Por lo tanto, está formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de servicios turísticos (OMT, 1998:45) ⁶
Turismo Emisivo	Son los residentes de la región que se desplazan a otra región u otro país, por un periodo inferior a un año excepto para obtener una remuneración en el lugar de destino, cambiar de residencia, buscar trabajo, etc.
Turismo Receptivo	Son los visitantes de otras regiones u otras naciones que se desplazan a la región en su calidad de no residentes por un periodo inferior a un año por cualquier motivo, excepto para obtener una remuneración en el lugar visitado, cambiar de residencia, buscar trabajo, inmigrantes, entre otros.
Temporada baja	Corresponde al período en el que la afluencia de turistas disminuye significativamente.
Temporada alta	Corresponde al periodo en el que se concentran la mayor cantidad de los turistas, su época de ocurrencia dependerá del tipo de atractivo turístico.
Turista	Es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios, u otro motivo principal) que no sea ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado. Estos viajes realizados por los visitantes se consideraran viajes turísticos. El turismo hace referencia a la actividad de los visitantes.

⁶ Glosario de Turismo SERNATUR, Departamento de Planificación

Alojamiento turístico	Establecimiento en que se provee comercialmente el servicio de alojamiento por un periodo no inferior a una pernoctación que mantengan como procedimiento permanente, un sistema de registro de ingreso y egreso, con la identificación del huésped; permitan el libre acceso y circulación de los huéspedes a los lugares de uso común y estén habilitados para recibir huéspedes en forma individual o colectivo, con fines recreativos, deportivos, de salud, de estudios, de gestiones de negocios, familiares, religiosos, vacacionales u otras manifestaciones turísticas.
Hotel	Establecimiento en que se provee servicio de alimentación en un restaurante, además de alojamiento turístico, mayoritariamente en habitaciones y otro tipo de unidades habitacionales, privadas, ubicado en lugares suburbanos o rurales. Disponen además de facilidades para el estacionamiento de vehículos, ubicados preferentemente junto al edificio principal, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios.
Hostal	Establecimiento en que se provee el servicio de alojamiento turístico en habitaciones privadas, cuyas características constructivas dicen relación con las de una casa habitación, y que pueden ofrecer además servicios de alimentación.
Residencial	Establecimiento en que se provee el servicio de alojamiento turístico en habitaciones privadas, cuyas características constructivas dicen relación con las de una casa habitación, y que pueden ofrecer además servicios de alimentación. Cuando el servicio de alimentación se provea en las modalidades de media pensión o pensión completa y este incluido en el precio, estos establecimientos se podrán denominar residencial.
Moteles	Establecimiento en que se provee el servicio de alojamiento turístico en unidades habitacionales privadas, accesibles desde el nivel de suelo mediante circulaciones públicas exteriores, con un estacionamiento para vehículos notoriamente visibles ubicados frente a cada unidad habitacional. Disponen además como mínimo de una recepción para el registro de huéspedes y entrega de información general, pudiendo ofrecer otros servicios complementarios.
Apart- Hotel	Establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento turístico mayoritariamente en departamentos y otro tipo de unidades habitacionales en menor cantidad, independientes de un edificio que integren una única unidad de administración y explotación, pudiendo

ofrecer otros servicios complementarios. Disponen además como mínimo del servicio de recepción durante las 24 horas⁷.

Camping

Establecimiento en que se provee el servicio de alojamiento turístico en un terreno debidamente delimitado, ubicado en un entorno natural (campo, montaña, playa y similares), asignándole un sitio a cada persona o grupo de personas que hacen vida al aire libre y que utilicen carpas, casa rodantes u otras instalaciones similares para pernoctar.

Otros tipos de alojamiento

Incluye establecimientos como posada, albergue, refugios y otros similares que dan servicio de alojamiento turístico, pero dado el bajo número existente no se ha hecho otra desagregación.

Pernoctación

Corresponde a una noche pasada por un pasajero registrado en un establecimiento de alojamiento turístico.

Agencias de Viaje

Corresponden a las empresas que prestan servicios de coordinación, mediación, producción, promoción, organización y venta de servicios turísticos, sea con medios propios o mediante la contratación de los mismos.

Paquete turístico

Se trata de un producto integral de servicios que se adquiere en agencias de viajes. Suele incluir alojamiento, traslados, excursiones, alimentación, etc. Puede o no incluir el transporte de aproximación, que se vende a un precio global y que puede ser adquirido de una vez.

Operador Turístico

Organización comercial que diseña y provee paquetes, productos o servicios turísticos, propios o de terceros, los cuales comprenden transporte, estadía y otros.

Infraestructura

Es la dotación de bienes y servicios básicos con que cuenta un país y permite que el viaje sea cómodo y agradable, se puede clasificar en red de transporte (red ferroviaria y vial), terminales terrestres (aeropuertos, terminales de buses, puertos, etc.), redes de servicios básicos (agua potable, electricidad, etc.), redes de comunicaciones (correo, teléfonos fijos, equipos celulares, fax, internet, etc.)⁸.

7 Glosario de Turismo SERNATUR, Departamento de Planificación

8 Glosario de Turismo SERNATUR, Departamento de Planificación

Actividad (principal) La actividad (principal) de una unidad de producción es la actividad (productiva) cuyo valor añadido supera el de cualquier otra actividad (productiva) realizada dentro de la misma unidad (SCN, 2008, párrafo 2.8).

Actividad (productiva) La actividad (productiva) llevada a cabo por una unidad estadística es el tipo de producción que ésta realiza. Debe entenderse como un proceso, es decir, la combinación de medidas que se traducen en un conjunto determinado de productos. La clasificación de actividades productivas está determinada por su producción principal.

Actividad/actividades En estadísticas de turismo, el término actividades representa las actividades y comportamientos de las personas al preparar un viaje o durante el mismo, en tanto que consumidores (RIET, 2008, párrafo 1.2).

Actividades características del turismo (ACT)

Las actividades características del turismo son aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo. Dado que el origen industrial de un producto (la industria de la CIU que lo produce) no es un criterio para la agregación de productos con una categoría similar en la CCP, no existe una relación personalizada estricta entre los productos y las industrias que los fabrican como sus principales productos. Dos productos de características similares, pero producidos por dos industrias diferentes de la CIU, se clasificarían en la misma categoría de la CCP (RIET, 2008, párrafo 5.11).

Actividades y productos característicos del turismo, específicos de cada país

Deberán ser determinados por cada país, aplicando los criterios establecidos en el párrafo 5.10 en su propio contexto; para estos productos, las actividades que los generan se considerarán características del turismo, y las industrias en las que la principal actividad sea característica del turismo se denominarán industrias turísticas (RIET, 2008, párrafo 5.16).

⁹ En este glosario de términos, las definiciones de los términos provenientes del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 o el Manual de Balanza de Pagos, sexta edición (diciembre 2008) se han extraído de los documentos mencionados. Las definiciones relacionadas específicamente con las estadísticas de turismo son las definiciones incluidas en estas Recomendaciones internacionales (RIET, 2008). Excepcionalmente, algunos párrafos se han incluido para facilitar la comprensión, aunque no se incluyan como tales en las RIET, 2008. Como advertencia general, cabe señalar que el término “país” puede transponerse fácilmente a un lugar geográfico diferente, utilizando, en vez de aquél, los términos “región” o “lugar” (RIET, 2008, párrafo 2.3).

Asalariados Asalariados son todos aquellos trabajadores que tienen el tipo de empleo definido como empleos asalariados (OIT, decimoquinta CIET).

Bienes de consumo duraderos

Un bien de consumo duradero es un bien que puede utilizarse repetida o continuamente a efectos de su consumo durante un período de un año o más (SCN, 2008, párrafo 9.42).

Consumo intermedio

El consumo intermedio consiste en el valor de los bienes y servicios consumidos como insumo por un proceso de producción, excluidos los activos fijos cuyo consumo se registra como consumo de capital fijo (SCN, 2008, párrafo 6.213).

Consumo turístico

Este concepto se utiliza en el marco de la Cuenta Satélite de Turismo y es una extensión del concepto del gasto turístico. Además del gasto turístico, incluye, por ejemplo, las llamadas transferencias sociales en especie que benefician a los visitantes, la imputación de los servicios de alojamiento en casas de vacaciones que pertenecen a sus propietarios, etcétera.

Cuenta Satélite de Turismo

La Cuenta Satélite de Turismo es la segunda norma internacional sobre estadísticas de turismo que se ha elaborado para presentar dato económico relativo al turismo en un marco de coherencia interna y externa con el resto del sistema estadístico a través de su vínculo con el Sistema de Cuentas Nacionales. Es el marco básico de conciliación de las estadísticas de turismo.

Cuentas satélite

[...] Hay dos tipos de cuenta satélite, con funciones diferentes. El primer tipo, llamado a veces cuenta satélite interna, toma el conjunto completo de normas y convenciones contables del SCN, pero se centra en un aspecto particular de interés, alejándose de las clasificaciones y jerarquías normalizadas. Como ejemplos pueden citarse el gasto del turismo, la producción de café y la protección medioambiental. El segundo tipo, llamado cuenta satélite externa, puede añadir datos no económicos o variar algunas de las convenciones contables o ambas cosas a la vez. Se trata de una forma especialmente apta para explorar nuevos ámbitos en un contexto de investigación. Un ejemplo puede ser el papel del trabajo voluntario en la economía. [...]. (SCN, 2008, párrafo 29.85).

Destino (destino principal de un viaje)

El destino principal de un viaje turístico es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje (RIET, 2008, párrafo 2.31).

Economía (de referencia)	Economía (o economía de referencia) es una referencia económica definida en el mismo sentido que en la balanza de pagos y el sistema de cuentas nacionales: se refiere a los agentes económicos que residen en el país de referencia (RIET, 2008, párrafo 2.15).
Empleadores	Empleadores son aquellos trabajadores que, trabajando por su cuenta con uno o más socios, tienen el tipo de empleo definido como empleo independiente y que, en virtud de su condición de tales, han contratado a una o varias personas para que trabajen para ellos en su empresa como asalariados a lo largo de un período continuo que incluye el período de referencia (OIT, decimoquinta CIET).
Empleo en las industrias turísticas	El empleo en las industrias turísticas puede medirse como un recuento de las personas empleadas en las industrias turísticas, en cualquiera de sus empleos, como un recuento de las personas que desempeñan su empleo principal en las industrias turísticas, o como un recuento de los empleos en las industrias turísticas (RIET, 2008, párrafo 7.9).
Empleos independientes (self-employment job)	Los empleos independientes son aquellos empleos en los que la remuneración depende directamente de los beneficios (o del potencial para realizar beneficios) derivados de los bienes o servicios producidos (OIT, decimoquinta CIET).
Entorno habitual	El entorno habitual de una persona, concepto clave en turismo, se define como la zona geográfica (aunque no necesariamente contigua) en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales (RIET, 2008, párrafo 2.21).
Establecimiento	Un establecimiento es una empresa o parte de una empresa situada en un único emplazamiento y en el que sólo se realiza una actividad productiva o en el que la actividad productiva principal representa la mayor parte del valor añadido (SCN, 2008, párrafo 5.14).
Gasto turístico	El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos. Incluyen los gastos realizados por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros (RIET, 2008, párrafo 4.2).
Gasto turístico emisor	El gasto turístico emisor es el gasto turístico realizado por un visitante residente fuera de la economía de referencia (RIET, 2008, párrafo 4.15 c).

Gasto turístico interior	El gasto turístico interior incluye todo el gasto turístico de los visitantes, tanto residentes como no residentes, en la economía de referencia. Es la suma del gasto turístico interno y el gasto turístico receptor. Incluye la adquisición de bienes y servicios importados al país de referencia y vendidos a los visitantes. Este indicador proporciona la medición más completa del gasto turístico en la economía de referencia (RIET, 2008, párrafo 4.20 a).
Gasto turístico interno	El gasto turístico interno es el gasto turístico realizado por un visitante residente en la economía de referencia (RIET 2008, párrafo 4.15 a).
Gasto turístico nacional	El gasto turístico nacional incluye todo el gasto turístico de los visitantes residentes tanto dentro como fuera de la economía de referencia. Es la suma del gasto turístico interno y el gasto turístico emisor (RIET, 2008, párrafo 4.20 b).
Gasto turístico receptor	El gasto turístico receptor es el gasto turístico realizado por un visitante no residente en la economía de referencia (RIET 2008, párrafo 4.15 b).
Grupo de viaje	Un grupo de viaje se define como visitantes que realizan juntos un viaje y comparten los gastos vinculados con el mismo (RIET, 2008, párrafo 3.2).
Industrias turísticas	Las industrias turísticas incluyen todos los establecimientos en los cuales la actividad principal es una actividad característica del turismo. El término industrias turísticas es equivalente a actividades características del turismo y, con frecuencia, ambos términos se utilizan como sinónimos en las RIET, 2008.
Lugar de residencia habitual	El lugar de residencia habitual es el lugar geográfico en que la persona empadronada reside habitualmente, y se define por la ubicación de su vivienda principal (Principios y recomendaciones para los censos de población y habitación de las Naciones Unidas, párrafos 2.20 a 2.24).
Motivo (principal) de un viaje turístico	El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar (RIET, 2008, párrafo 3.10). La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etcétera) (RIET, 2008, párrafo 3.14).
Nacionalidad	El concepto de “país de residencia” de un viajero es distinto del de su nacionalidad o ciudadanía (RIET, 2008, párrafo 2.19).

Negocios y motivos profesionales (de un viaje turístico)

La categoría negocios y motivos profesionales de un viaje turístico incluye las actividades realizadas por los trabajadores independientes y los trabajadores asalariados, siempre que no correspondan a una relación explícita o implícita empleador-trabajador con un productor residente en el país o lugar visitado; las actividades realizadas por inversores, empresarios, etcétera (RIET, 2008, párrafo 3.17.2).

Objetos valiosos

Los objetos valiosos son bienes producidos de valor considerable que no se utilizan principalmente con fines de producción o consumo, sino que se conservan como depósitos de valor con el tiempo (SCN, 2008, párrafo 10.13).

País de referencia

El país de referencia es el país para el que se realiza la medición (RIET, 2008, párrafo 2.15).

País de residencia

El país de residencia de un hogar se determina de conformidad con el centro de interés económico predominante de sus miembros. Si una persona reside (o pretende residir) durante más de un año en un país determinado en el que tiene su centro de interés económico (por ejemplo, en el que pasa la mayor parte del tiempo), se considera que esta persona es *residente* en este país.

Partida “viajes” (de la balanza de pagos)

Viajes es una partida de la cuenta de bienes y servicios de la balanza de pagos: los créditos de viajes abarcan los bienes y servicios para uso propio o para regalar y que han sido adquiridos en una economía por no residentes durante sus visitas a dicha economía. Los débitos de viajes engloban los bienes y servicios para uso propio o para regalar que hayan sido adquiridos en otras economías por residentes durante sus visitas a otras economías (MBP6, párrafo 10.86).

Personas con empleos independientes que no tienen trabajadores asalariados

Las personas con empleos independientes que no tienen trabajadores asalariados se clasifican como trabajadores por cuenta propia (OIT, decimoquinta CIET).

Personas con empleos independientes que tienen trabajadores asalariados

Las personas con empleos independientes que tienen trabajadores asalariados se clasifican como empleadores (OIT, decimoquinta CIET).

Población económicamente activa

La población económicamente activa o la fuerza de trabajo abarca todas las personas de uno u otro sexo que aportan su trabajo para producir bienes y servicios, definidos según y cómo lo hacen los sistemas de

cuentas nacionales durante un período de referencia especificado (OIT, decimotercera CIET, párrafo 6.18).

Producción

La *producción* se define como los bienes y servicios producidos en un *establecimiento*,

a) Excluyendo el valor de aquellos bienes y servicios utilizados en una actividad para la que el establecimiento no asume el riesgo de utilizar los productos que se elaboran, y

b) Excluyendo el valor de aquellos bienes y servicios consumidos en el mismo establecimiento, salvo los bienes y servicios utilizados para la formación de capital (capital fijo o cambios en los inventarios) o para el consumo final propio (SCN, 2008, párrafo 6.89).

Producción

La *producción* económica puede definirse como una actividad realizada bajo el control y la responsabilidad de una unidad institucional que utiliza mano de obra, capital, y bienes y servicios para producir otros bienes y servicios (SCN 2008, párrafo 6.24).

Producción (principal)

La *producción principal* de una *actividad (productiva)* se debería determinar con referencia al valor añadido de los bienes vendidos o de los servicios prestados (CIU Rev.4, párrafo 114).

Productos característicos del turismo

Los productos característicos del turismo son aquellos que cumplen uno o ambos de los siguientes criterios:

a) El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante del gasto total turístico (condición de la proporción que corresponde al gasto/ demanda).

b) El gasto turístico en el producto deberían representar una parte importante de la oferta del producto en la economía (condición de la proporción que corresponde a la oferta). Este criterio supone que la oferta de un producto característico del turismo se reduciría considerablemente si no hubiera visitantes (RIET, 2008, párrafo 5.10).

Productos conexos al turismo

Se reconoce su importancia en el análisis del turismo para la economía de referencia, aunque su vínculo con el turismo está muy limitado a escala mundial. En consecuencia, las listas de dichos productos serán específicas de cada país (RIET, 2008, párrafo 5.12).

Puesto de trabajo (o empleo)

El acuerdo entre un empleado y el empleador define un puesto de trabajo y cada trabajador por cuenta propia tiene un puesto de trabajo (SCN, 2008, párrafo 19.30).

Relación empleador-trabajador

Existe una relación empleador-trabajador cuando hay un acuerdo, ya sea formal o informal, entre una entidad y una persona, normalmente concluido de forma voluntaria entre ambas partes, en virtud del cual dicha persona trabaja para la entidad a cambio de una remuneración en efectivo o en especie (MBP6, párrafo 11.11).

Residencia habitual

Por lugar de residencia habitual se entiende el lugar geográfico en que la persona empadronada reside habitualmente (Principios y recomendaciones para los censos de población y habitación (publicación de las Naciones Unidas, párrafos 2.16 a 2.18).

Residentes/no residentes

Los residentes de un país son las personas cuyo centro de interés económico predominante está situado en el territorio económico de dicho país. Para un país, los no residentes son las personas cuyo centro de interés económico predominante está situado fuera de su territorio económico.

Territorio económico

El término territorio económico es una referencia geográfica y hace alusión al país para el que se realiza la medición (país de referencia) (RIET, 2008, párrafo 2.15).

Turismo

El turismo hace referencia a la actividad de los visitantes (RIET, 2008 párrafo 2.9.).

Turismo emisor

El turismo emisor abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno (RIET, 2008, párrafo 2.39 c)).

Turismo interior

El turismo interior engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales (RIET, 2008, párrafo 2.40 a)).

Turismo internacional

El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores (RIET, 2008, párrafo 2.40 c)).

Turismo interno	El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor (RIET, 2008, párrafo 2.39).
Turismo nacional	El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores (RIET, 2008, párrafo 2.40 b).
Turismo receptor	El turismo receptor engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor (RIET, 2008, párrafo 2.39).
Turista (o visitante que pernocta)	Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (RIET, 2008, párrafo 2.13).
Viaje/viajero	El termino viaje designa la actividad de los viajeros. Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración (RIET, 2008, párrafo 2.4).
Viaje en un grupo	Un viaje en grupo está integrado por personas o grupos de viaje que viajan juntas; por ejemplo, personas que realizan el mismo viaje combinado, o jóvenes que van a un campamento de verano. (RIET, 2008, párrafo 3.5).
Viaje turístico	Los viajes realizados por los visitantes son viajes turísticos (RIET, 2008, párrafo 2.29).
Viaje turístico interno	Un viaje turístico interno es aquél cuyo destino principal está situado en el país de residencia del visitante (RIET, 2008, párrafo 2.32).
Visita	Un viaje se compone de visitas a diferentes lugares. El término “visita turística” hace referencia a una estancia en un lugar visitado durante un viaje turístico (RIET, 2008, párrafos 2.7 y 2.33).
Visitante	Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados (RIET, 2008, párrafo 2.9).
Visitante de negocios	Un visitante de negocios es un visitante para el que los negocios y motivos profesionales son el motivo principal de un viaje turístico. (RIET, 2008, párrafo 3.17.2).

Visitante del día (o excursionista)

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (RIET, 2008, párrafo 2.13).

Visitante internacional

Un viajero internacional se considera un visitante internacional con respecto al país de referencia si: a) está realizando un viaje turístico y b) es un no residente que viaja en el país de referencia o un residente que viaja fuera del mismo (RIET, 2008, párrafo 2.42).

Visitante interno

Cuando un visitante viaja dentro de su propio país de residencia, se trata de un visitante interno y sus actividades forman parte del turismo interno.

Vivienda de vacaciones

Una vivienda de vacaciones (también conocida como casa u hogar de vacaciones) es una vivienda secundaria visitada por los miembros del hogar, fundamentalmente con fines de ocio, vacaciones o cualquier otra forma de esparcimiento (RIET, 2008, párrafo 2.27).

Viviendas

Cada hogar tiene una vivienda principal (a la que algunas veces se hace referencia como hogar principal), que suele definirse en función del tiempo que se pasa en la misma, cuya localización determina el país de residencia y el lugar de residencia habitual de dicho hogar y de todos sus miembros. Todas las demás viviendas (pertenecientes al hogar o alquiladas por el mismo) se consideran viviendas secundarias (RIET, 2008, párrafo 2.26).