



**ESTUDIO DE DEMANDA EN VIVIENDAS DE LA
REGIÓN DE AYSÉN
TEMPORADA ALTA 2017
INFORME FINAL**

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

Noviembre 2017

Estudio de Demanda en Viviendas de la Región de Aysén
Sistema de Información Turística Regional - Región de Aysén

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS DIRECCIÓN REGIONAL DE AYSÉN
Informe Final Encuesta de Viviendas de la Región de Aysén Noviembre 2017
Director Regional : Manuel Vivar Águila Jefe Unidad Técnica : Héctor Vergara Vicuña Jefa de Proyecto : Carolina Palma Arce

CONTENIDO

1. ANTECEDENTES.....	9
2. METODOLOGÍA DEL DISEÑO MUESTRAL TEMPORADA ALTA AÑO 2017 ESTUDIO DEMANDA EN VIVIENDAS.....	10
2.1. CONSIDERACIONES PARA EL DISEÑO MUESTRAL.....	10
2.1.1. Cobertura Geográfica.....	10
2.1.2. Período de Referencia y Periodicidad.....	10
2.1.3. Nivel de estimación.....	10
2.2. DISEÑO MUESTRAL.....	10
2.2.1. Unidad de muestreo y unidad de información.....	11
2.3. MARCO MUESTRAL.....	11
2.3.1. Estratificación del Marco Muestral.....	12
2.4. TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	14
2.5. SELECCIÓN DE UNIDADES MUESTRALES.....	15
2.5.1. Selección de unidades de primera etapa.....	15
2.5.2. Selección de unidades de segunda etapa.....	16
2.6. FACTOR DE EXPANSIÓN.....	17
2.6.1. Factor de Expansión Teórico.....	17
2.6.2. Factor de Expansión ajustado al total de la población.....	20
2.7. ESTIMADORES Y VARIANZAS.....	22
2.7.1. Nomenclatura utilizada para el cálculo de los estimadores.....	22
2.7.2. Estimadores del Total Cuantitativo de la variable Y.....	23
2.7.3. Varianza de los estimadores.....	23
2.7.4. Estimadores de la varianza.....	24
2.7.5. Coeficiente de variación.....	24
2.8. SÍNTESIS PROCESO MUESTREO.....	25
3. PRINCIPALES RESULTADOS.....	26
3.1. CARACTERIZACIÓN DEL O LA INFORMANTE Y DE LAS PERSONAS QUE COMPONEN EL HOGAR.....	26

3.2. VIAJES REALIZADOS POR LAS PERSONAS QUE COMPONEN EL HOGAR	29
3.2.1. Viajes dentro de la Región	32
3.2.2. Viajes en Chile, fuera de la Región de Aysén	39
3.3. GASTOS EN VIAJES	42
3.4. VISITAS RECIBIDAS EN VIVIENDAS	43
3.5. MERCADO LABORAL EN TURISMO	45
3.6. OPINIÓN ACERCA DEL TURISMO REGIONAL	47
4. NOTAS METODOLÓGICAS	51
4.1. BASE DE DATOS	51
4.2. COEFICIENTES DE VARIACIÓN	53
4.3. INFORMANTE, INTEGRANTES DEL HOGAR Y GRUPO DE VIAJE	54
4.4. ESTIMACIÓN DE GASTO POR TURISTA	55
4.5. MOTIVOS DE VIAJE	56
4.6. REGIONALIZACIÓN NACIONAL VIGENTE	57
5. CONCLUSIONES	58
A un nivel metodológico	58
A un nivel de resultados estratégicos	59
ANEXOS	61
GLOSARIO DE TÉRMINOS Y SIGLAS	61
DICCIONARIO DE VARIABLES	¡Error! Marcador no definido.
CUESTIONARIO	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Total de manzanas con 7 y menos viviendas por comuna.	13
Tabla 2. Descripción Tamaño Muestral Teórico.....	14
Tabla 3. Distribución de la muestra de UPM y USM por comuna y área.....	15
Tabla 4. Distribución de las viviendas levantadas en temporada alta 2017 SITUR Aysén, según tipo de Elegibilidad.	19
Tabla 5. Estimación de viviendas con Factor Ajustado.	21
Tabla 6. Estimación de Población con Factor Ajustado.....	21
Tabla 7. Errores relativos y absolutos de la estimación de la proporción (P) de viviendas.	25
Tabla 8. Porcentaje de hombres y mujeres entre informante idóneo.	26
Tabla 9. Porcentaje personas informante idóneo por tramo de edad.....	27
Tabla 10. Porcentaje del nivel máximo de educación formal alcanzado por el informante idóneo. .	27
Tabla 11. Porcentaje de personas (informante idóneo) que nacieron en la región de Aysén.	28
Tabla 12. Porcentaje de personas (informante idóneo) por año de llegada a la región.	28
Tabla 13. Porcentaje de hombres y mujeres entre las personas que componen el hogar	28
Tabla 14. Porcentaje de personas que componen el hogar por tramo de edad.....	29
Tabla 15. Porcentaje de hogares cuyos integrantes realizaron algún viaje durante la Temporada Alta 2017.....	29
Tabla 16. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje durante la Temporada Alta 2017.	29
Tabla 17. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje al interior de la región durante la Temporada Alta 2017.	30
Tabla 18. Porcentaje de personas que viajaron al interior de la región de Aysén durante Temporada Alta 2017, por principal motivo de viaje.	30
Tabla 19. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje dentro de Chile, fuera de la Región de Aysén, en Temporada Alta 2017.....	31
Tabla 20. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje fuera de Chile en Temporada Alta 2017.	31
Tabla 21. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje fuera de la región de Aysén durante Temporada Alta 2017, por motivo principal de viaje.....	31

Tabla 22. Porcentaje de personas que no realizaron algún viaje en Temporada Alta 2017, por motivo principal de no viaje.....	32
Tabla 23. Porcentaje de lugares más visitados de la región de Aysén, por las personas del hogar que viajaron.....	33
Tabla 24. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, por cantidad de días que duró el viaje.....	34
Tabla 25. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, por tamaño del grupo de viaje.....	34
Tabla 26. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén en compañía de otras personas que no son integrantes de su hogar.....	34
Tabla 27. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, según tipo de alojamiento más utilizado durante el viaje.....	35
Tabla 28. Porcentaje de personas que viajaron por la región, según nivel de satisfacción con el tipo de alojamiento más utilizado durante el viaje.....	35
Tabla 29. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, según servicio de alimentación más utilizado durante el viaje.....	36
Tabla 30. Porcentaje de personas que viajaron por la región, según nivel de satisfacción con el servicio de alimentación más utilizado durante el viaje.....	36
Tabla 31. Porcentaje de personas que viajaron por la región, según modo de transporte más utilizado.....	37
Tabla 32. Porcentaje de personas que viajaron por la región, según nivel de satisfacción con el modo de transporte más utilizado.....	37
Tabla 33. Porcentaje de personas que viajaron por la región y contrataron algún servicio de Guía de Turismo, Tour Operador y Agencia de Viajes.....	37
Tabla 34. Porcentaje de personas que viajaron por la región por el tipo de actividades turísticas que realizaron durante el viaje.....	38
Tabla 35. Porcentaje de personas que viajan por Chile según región visitada.....	39
Tabla 36. Porcentaje de personas que viajan por Chile según número de días que dura el viaje.....	40
Tabla 37. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, por tamaño del grupo de viaje.....	40
Tabla 38. Porcentaje de personas que viajan por Chile, excepto región de Aysén, según por el que salieron de la región.....	41

Tabla 39. Porcentaje de personas que viajan por Chile, excepto región de Aysén, según por el que entraron a la región.	42
Tabla 40. Promedio del gasto total por día por persona en el viajes al interior de la región.....	42
Tabla 41. Promedio del gasto por ítem, por día por persona en el viaje al interior de la región.	43
Tabla 42. Promedio del gasto total por día por persona en viajes en Chile, fuera de la región.	43
Tabla 43. Porcentaje de hogares que recibieron visitas que pernoctaron al menos una noche, durante la temporada alta 2017.	43
Tabla 44. Porcentaje de hogares que recibieron visitas durante la temporada alta 2017, según parentesco con el informante del hogar.	44
Tabla 45. Porcentaje de hogares que recibieron visitas durante la temporada alta 2017, según motivo de viaje de las visitas.....	44
Tabla 46. Porcentaje de hogares que recibieron visitas durante la temporada alta 2017, según días que estas visitas permanecieron en la región.....	45
Tabla 47. Porcentaje de personas de 15 años y más que realizaron alguna actividad turística en temporada alta 2017.	46
Tabla 48. Porcentaje de personas de 15 años y más que realizaron alguna actividad turística en temporada alta 2017 como actividad principal.	46
Tabla 49. Porcentaje de personas de 15 años y más con estudios formales en turismo.	47
Tabla 50. Porcentaje de informantes según opinión expresada frente a proposiciones relacionada con el turismo. Aspectos del desarrollo del turismo.	48
Tabla 51. Porcentaje de informantes según opinión expresada frente a proposiciones relacionada con el turismo. Aspectos relativos a las actitudes sobre el desarrollo del turismo.	49
Tabla 52. Porcentaje de informantes según opinión expresada frente a proposiciones relacionada con el turismo. Aspectos relativos a la conservación natural y cultural de la región.	49
Tabla 53. Porcentaje de informantes que recomendaría a otra persona visitar la región de Aysén.	50
Tabla 54. Clasificación del Error Relativo (al 95%) y Coeficiente de Variación.....	54
Tabla 55. Gasto promedio diario por persona en viajes en Aysén, según ítem.	56
Tabla 56. Gasto promedio diario por persona en viajes en Aysén**.....	56

ÍNDICE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Síntesis de unidades de análisis presentes en la estructura de la Base de Datos del Estudio de Demanda en Viviendas Temporada Alta 2017.....	52
---	----

1. ANTECEDENTES

En el marco del proyecto Sistema de Información Turística de la Región de Aysén, es de interés obtener, procesar, analizar y difundir información cualitativa y cuantitativa para el desarrollo del turismo en la Región de Aysén, colaborando así con el sector público y privado en la toma de decisiones, la planificación, la sustentabilidad y la competitividad de la región como destino turístico.

La misión del INE en el año 2017, fue desarrollar el diseño del estudio de Turismo Emisivo en viviendas particulares de la región, con el objetivo de conocer el turismo interno, emisivo nacional y extranjero por los residentes de la zona. Específicamente se encomendó al INE, elaborar y desarrollar los términos específicos del diseño muestral, analizando el método más óptimo y válido de selección de unidades muestrales, mediante simulaciones estadísticas acorde a los objetivos del presente estudio.

El objetivo del estudio consiste en caracterizar los viajes de los habitantes de la región por concepto de turismo emisivo tanto al interior de la región como fuera de ella. Dicha caracterización permitirá, entre otros aspectos, determinar el motivo principal del viaje turístico, los medios de transporte más utilizados, los lugares más visitados y los destinos elegidos por los residentes de la región.

Durante la temporada alta se levantaron 676 viviendas pertenecientes a las comunas de Coyhaique, Aysén, Cisnes, Chile Chico, Cochrane y Río Ibáñez, distribuidas en las áreas urbanas y rurales de la región.

Objetivo General

Caracterizar el turismo emisivo (interno) producido por los residentes de la región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo.

Objetivos Específicos

1. Elaborar un diseño muestral de la Encuesta estratificado, probabilístico y bi-etápico.
2. Generar información acerca de las características de los residentes de la región que hicieron algún viaje al interior de la región, y fuera de ella, en temporada alta 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 ALTA AÑO 2017 ESTUDIO DEMANDA EN VIVIENDAS

2.1. CONSIDERACIONES PARA EL DISEÑO MUESTRAL

2.1.1. Cobertura Geográfica

La cobertura geográfica comprende las áreas rurales y urbanas de la Región de Aysén, específicamente de las siguientes comunas: Aysén, Cisnes, Chile Chico, Cochrane, Coyhaique y Río Ibáñez.

2.1.2. Período de Referencia y Periodicidad

La encuesta se levanta dos veces en el año: en temporada alta y baja. La temporada baja corresponde al periodo de levantamiento de la encuesta en los meses de junio y Julio; y la temporada alta, en los meses de enero y febrero. La periodicidad de la encuesta es una vez por temporada.

2.1.3. Nivel de estimación

El tamaño muestral del estudio fue calculado con el objetivo de obtener estimaciones con niveles de precisión aceptables a nivel de región. En consecuencia, la obtención de estimaciones a un nivel de desagregación mayor como comuna o a nivel de área urbana o rural, no son estadísticamente válidas.

2.2. DISEÑO MUESTRAL

Todas las encuestas de hogares realizadas por el INE, se caracterizan por poseer un diseño muestral complejo, es decir, sus unidades muestrales son estratificadas de acuerdo a diversos criterios, y además son seleccionadas en varias etapas.

El diseño muestral de la Encuesta corresponde a un diseño muestral estratificado, probabilístico y bi-etápico.

2.2.1. Población Objetivo

La población objetivo son las personas que realizan viajes y que residen en las viviendas de la Región de Aysén.

2.2.1. Unidad de muestreo y unidad de información

Unidad de Muestreo

Las unidades de muestreo son seleccionadas en dos etapas:

- Unidades de Primera Etapa: Corresponde a conglomerados dentro de cada estrato de muestreo.
- Unidades de Segunda Etapa: Corresponde a las viviendas dentro de cada conglomerado seleccionado.

Unidad de Información

La unidad de información son las personas representadas por un informante idóneo¹ dentro de las viviendas particulares seleccionadas de la Región de Aysén.

El período de referencia corresponde al lapso de tiempo en que el turista pernocta en el EAT, entre los meses de enero y febrero, mientras que la periodicidad de la encuesta es una vez por temporada. En este caso, los datos que se presentan en este informe corresponden a la temporada alta 2017.

2.3. MARCO MUESTRAL

Un marco de muestreo se define como un conjunto en que todos sus elementos son identificables uno a uno mediante algún procedimiento o listado, y a los cuales se les pueda asociar una probabilidad de selección distinta de cero de acuerdo a la estrategia de muestreo.

El INE no cuenta con un listado que contenga las direcciones de todas las viviendas particulares del país, pero mantiene un marco de áreas geográficas que sirve de base para la selección de viviendas que son requeridas para las muestras de las encuestas de hogares.

¹ Persona mayor de 15 años que pueden proporcionar toda la información que se requiera a cerca del hogar que pertenece.

Dicho marco muestral contiene sus unidades geográficas organizadas jerárquicamente, a través de la división político administrativa y las unidades corresponden, en orden descendiente, a región, provincia y comuna. Al interior de cada comuna se conforma la división censal que da origen a las áreas geográficas denominadas urbana y rural.

2.3.1. Estratificación del Marco Muestral

En el diseño de una muestra, la estratificación corresponde al proceso de agrupar a los elementos de una población en grupos homogéneos previo a la selección de unidades. Su propósito es mejorar la precisión estadística de los estimadores, agrupando las unidades del marco en clases homogéneas en su interior y que difieran de las características del resto. Los estratos deben ser mutuamente excluyentes: cada elemento en la población debe ser asignado a un solo estrato. Además, los estratos deben ser exhaustivos colectivamente, es decir, ningún elemento de la población puede quedar excluido.

Dentro del marco muestral se distinguen 2 tipos de estratificaciones:

- Estratificación Geográfica, que a nivel de la División Político- Administrativa, da origen a las áreas Urbano y Rural.
- Estratificación por Grupos de Tamaño, que sólo es usada en la selección de conglomerados del área Urbana.

Estratificación Geográfica

El INE cuenta con 2 listados de áreas geográficas conformadas a partir del Censo del año 2002, que en conjunto forman el marco muestral, el cual sirve de base para la selección de viviendas requeridas para las muestras de las encuestas de hogares.

Estos contienen las unidades geográficas del país organizadas de forma jerárquica.

Esta ordenación se denomina división político-administrativa y las unidades corresponden, en orden descendiente, a: región, provincia y comuna. Al interior de cada comuna se conforma la división censal que da origen a las áreas urbana y rural. Estas áreas se encuentran definidas según la cantidad de población y en algunos casos, según la actividad económica preponderante en ellas, dando origen a las siguientes entidades:

- Ciudad (CD): Centro urbano conformado por uno o un conjunto de centros urbanos adyacentes con 40.000 o más habitantes.
- Resto de Área Urbana (RAU): Esta clasificación aparece cuando en una comuna existe una ciudad (CD) y uno o más centros urbanos con población entre 2.000 y 40.000 habitantes.
- Urbano (U): Esta clasificación aparece cuando en una comuna no existe una ciudad (CD), pero sí, centros urbanos, por lo que cada uno de estos se denominan simplemente como urbanos (U).

- Rural (R): Conformado por el conjunto de entidades clasificadas como rurales de acuerdo a un tamaño poblacional menor a 1.000 habitantes, o entre 1.001 y 2.000 habitantes con predominio de población económicamente activa dedicada a actividades primarias².

Cada listado está conformado por una o más de estas entidades. Así, el listado que contiene las áreas urbanas (ciudades y urbanos en su mayoría, y algunas de las áreas resto de área urbana) corresponde al MM2015, definido por subdivisiones denominadas manzanas. Por otro lado, el listado que contiene las entidades rurales y el resto de las áreas urbanas que no están en el MM20015, se denomina Marco de Secciones 2002 (MS2002), definido, como su nombre lo indica, por subdivisiones denominadas secciones.

Estratificación del marco urbano por Grupos de Tamaño

En el marco de manzanas existe una estratificación en 5 grupos de tamaño, lo que implica que cada manzana de este marco está estratificada en forma geográfica (división político-administrativa), y además por estos grupos. Luego, los estratos de muestreo para el área urbana corresponden a la intersección de “Comuna” y “grupos de tamaño”.

En este marco, son excluidas aquellas manzanas con 7 o menos viviendas debido a potenciales problemas operativos y de costos. A continuación, se detalla la incidencia de esto en el MM20015.

Tabla 1. Total de manzanas con 7 y menos viviendas por comuna.

Región	Comuna	Cantidad de Viviendas	Total Manzanas	Total Viviendas	% Manzanas	% Viviendas
11	AYSÉN	7 o menos viviendas	53	208	17,32%	4,00%
		8 o más viviendas	253	4.990	82,68%	96,00%
		Total	306	5.198	100,00%	100,00%
	COYHAIQUE	7 o menos viviendas	65	246	8,99%	1,44%
		8 o más viviendas	658	16.809	91,01%	98,56%
		Total	723	17.055	100,00%	100,00%
Total	7 o menos viviendas	118	454	11,47%	2,04%	
	8 o más viviendas	911	21.799	88,53%	97,96%	
	Total	1.029	22.253	100,00%	100,00%	

Fuente: Departamento de Investigación y Desarrollo, INE.

² Agricultura, caza, pesca, etc.

2.4. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño muestral se requiere de una “variable pivote” asociada a los objetivos de la encuesta. Para el estudio de turismo emisoro se utilizó una estimación de la proporción de viviendas en que al menos uno de sus integrantes realiza algún viaje turístico interno, emisoro nacional o emisoro extranjero. Utilizando un diseño muestral bietápico, el total de viviendas particulares a encuestar viene dado por la siguiente fórmula:

$$m = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 \cdot S(p)^2}{e^2} \cdot Deff$$

Donde:

- m : Total de viviendas particulares a encuestar en el nivel de estimación.
- $S(p)^2$: Cuasi varianza poblacional asociada a la variable pivote.
- $Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2$: Percentil de la distribución Normal, con un 95% de confianza.
- e : Error absoluto, predeterminado.

Cabe recordar que para esta temporada se determinó el tamaño de 676 viviendas a encuestar (Tabla 2).

La distribución de las viviendas particulares a encuestar en la región, se realizó proporcionalmente, primero en cada comuna, y posteriormente al interior de cada comuna según las áreas que lo componen.

Tabla 2. Descripción Tamaño Muestral Teórico.

Región de Aysén	Estimador de la razón Pi	Tasa de no respuesta	Error Absoluto propuesto ei	Error relativo propuesto	Muestra Objetivo mi	Tamaño con sobremuestreo
	37,0%	30%	6,0%	16,2%	481	676

Fuente: Departamento de Investigación y Desarrollo, INE.

El total de viviendas a encuestar considerando sobremuestreo, se distribuye en conglomerados (manzanas y secciones) según área. Esto se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3. Distribución de la muestra de UPM³ y USM⁴ por comuna y área.

Comunas Región de Aysén	Distribución de UPM por comuna - área					Total Viviendas
	Urbano (RAU)			Rural		
	N° Manzanas	N° Secciones	N° Viviendas encuestas	N° Secciones	N° Viviendas encuestas	
Coyhaique	61		390	4	40	430
Aysén	30		127	1	10	137
Cisnes		1	12	1	14	26
Cochrane		2	20	1	10	30
Chile Chico		2	20	1	13	33
Río Ibáñez				2	20	20
Total Regional	91	5	569	10	107	676

Fuente: Departamento de Investigación y Desarrollo, INE.

El siguiente cuadro muestra la distribución del tamaño muestral según la cantidad de manzanas y secciones a encuestar. Para el levantamiento de temporada alta 2017, se requieren 91 manzanas y 15 secciones.

2.5. SELECCIÓN DE UNIDADES MUESTRALES

La selección de unidades se realiza en 2 etapas.

2.5.1. Selección de unidades de primera etapa

Selección de Manzanas

La selección de manzanas, en cada una de las comunas pertenecientes a la muestra, y dentro de cada grupo de tamaño, se efectuó en forma independiente, sistemática y con igual probabilidad.

Esto quiere decir que, a fin de optimizar la selección de las manzanas, en el sentido de elegir tanto manzanas grandes como pequeñas, dentro de cada comuna, se realizó una estratificación con el objetivo de clasificar las manzanas del marco en grupos de tamaño, dependiendo del número de viviendas que contenían. Esta clasificación permite realizar una selección heterogénea de manzanas, manteniendo la proporcionalidad dentro de cada grupo de tamaño.

Luego, la probabilidad de inclusión de la i —ésima manzana, dentro de cada comuna h por grupo de tamaño g , es igual a:

³ UPM: Unidad de primera etapa de muestreo, conglomerados: Manzanas y Secciones.

⁴ USM: Unidad de Segunda etapa de muestreo: Viviendas.

$$P_{hg}(i) = \frac{n_{hg}}{N_{hg}}$$

Donde:

h : Representa el índice de la comuna.

g : Representa el índice del grupo de tamaño

n_{hg} : Corresponde al número de manzanas seleccionadas en la comuna h del grupo de tamaño g

N_{hg} : Corresponde al número de manzanas en el marco en la comuna h del grupo de tamaño g .

Selección de Secciones

La selección de secciones, al igual que la de manzanas, se realizó en cada comuna – área, en forma sistemática con igual probabilidad. Así, la probabilidad de inclusión de la i -ésima unidad de primera etapa corresponde a:

$$P_h(i) = \frac{n_{hg}}{N_{hg}}$$

Donde:

h : Representa el índice de la comuna

g : Representa el índice del área.

n_{hg} : Corresponde al número de secciones seleccionadas en la comuna h - área g .

N_{hg} : Corresponde al número de secciones en el marco en la comuna h – área g .

2.5.2. Selección de unidades de segunda etapa

La selección de unidades de segunda etapa (viviendas dentro de cada unidad de primera etapa seleccionada), se realizó con probabilidad igual para todas las viviendas dentro de la respectiva unidad, mediante una selección sistemática. Dicha probabilidad corresponde a:

$$P_{hi} = \frac{m_{hi}}{M_{hi}}$$

Donde:

M'_{hi} : Número actualizado de viviendas en el conglomerado i de la comuna h.

m_{hi} : Número de viviendas seleccionadas en el conglomerado i de la comuna h.

2.6. FACTOR DE EXPANSIÓN

El factor de expansión se interpreta como la cantidad de personas en la población que representa un individuo en la muestra.

El factor de expansión, de acuerdo al diseño muestral, corresponde al aplicado a una muestra en dos etapas. Este depende muestralmente del número de viviendas que tienen las unidades de primera etapa (manzanas o secciones) y de la cantidad de estas unidades en cada estrato; y, poblacionalmente del número de viviendas actualizadas en el conglomerado y del total del conglomerado existentes en el marco.

El factor incluye ajustes por:

- Exclusión de unidades de primera etapa (manzanas con menos de 8 viviendas)
- Ajuste por no respuesta.
- Ajustes a stocks poblacionales a nivel de comuna-área.

2.6.1. Factor de Expansión Teórico

El factor de expansión teórico, es calculado como el inverso de la probabilidad de selección de las unidades de primera y segunda etapa. Este factor es constante por manzana o sección y se aplica a todas las personas de todas las viviendas que pertenecen a la misma unidad de primera etapa.

El cálculo se desglosa de la siguiente manera:

Factor de unidades de primera etapa

$$F_{1hgi} = \frac{N_{hg}}{n_{hg}}$$

Donde,

N_{hg} : Corresponde al total de unidades de primera etapa en el marco, en el caso de las manzanas se calcula por comuna (h) y grupo tamaño (g); en el caso de las secciones, por comuna (h) y área (g).

n_{hg} : Corresponde al total de unidades de primera etapa en la muestra, en el caso de las manzanas se calcula por comuna (h) y grupo tamaño (g); en el caso de las secciones, por comuna (h) y área (g).

Factor ajustado por exclusión de UPM

Cabe destacar que este ajuste solo se realiza para las manzanas de la muestra ya que en el marco de éstas se realiza la exclusión de conglomerados que tienen 7 o menos viviendas. Para el caso de las secciones este ajuste es igual a 1 y, por lo tanto, $F_{2h} = F_{1h}$.

$$F_{2h} = F_{1hg} * \frac{M_h}{\sum_{g \in h} \sum_{i \in S_{hg}} F_{1hgi} * M_{hi}}$$

Dónde:

M_h : Número de viviendas en la comuna h correspondientes al Marco sin exclusión.

M_{hi} : Es el número de viviendas totales según marco en el conglomerado i de la comuna h.

$\sum_{g \in h} \sum_{i \in S_{hg}} F_{1hgi} * M_{hi}$: Corresponde al total de viviendas estimado, sólo considerando las manzanas de la muestra en la comuna área.

S_{hg} : Corresponde al conjunto de conglomerados seleccionados en la comuna h del grupo g.

Factor de Unidades de Segunda Etapa

$$F_{3hgi} = F_{2h} * \frac{M'_{hgi}}{m_{hgi}}$$

Donde,

M'_{hgi} : Corresponde al número actualizado de viviendas en la unidad de primera etapa i (después de la enumeración).

m_{hgi} : Corresponde al total de viviendas seleccionadas en la unidad de primera etapa i.

Factor ajustado por no respuesta

Al término del levantamiento de la información, todas las viviendas seleccionadas inicialmente terminan siendo clasificadas en tres grandes grupos según su código de disposición final (CDF) el cual corresponde a la sexta visita a la vivienda seleccionada:

- 1) Elegibles: Edificaciones en que el encuestador pudo determinar que se trataban de viviendas particulares ocupadas (incluye tanto entrevistas como no entrevistas).
- 2) No elegibles: Edificaciones identificadas como negocios, viviendas colectivas, viviendas deshabitadas, viviendas de veraneo, viviendas destruidas, etc.
- 3) De elegibilidad desconocida: Edificaciones en que no se pudo determinar su estado. Este es el caso, por ejemplo, de unidades que nunca fueron enviadas a terreno, viviendas a las cuales no se pudo llegar o encontrar, y otros casos similares.

La Tabla 4 muestra la distribución de estos tipos de viviendas por comuna área:

Tabla 4. Distribución de las viviendas levantadas en temporada alta 2017 SITUR Aysén, según tipo de Elegibilidad.

COMUNA	ÁREA	Elegibilidad		Total General
		No Elegible	Elegible	
Aysén	Rural	2	8	10
Aysén	Urbano	13	114	127
Total Aysén		15	122	137
Chile Chico	Rau	3	17	20
Chile Chico	Rural	2	11	13
Total Chile Chico		5	28	33
Cisnes	Rau	0	12	12
Cisnes	Rural	1	13	14
Total Cisnes		1	25	26
Cochrane	Rau	3	17	20
Cochrane	Rural	1	9	10
Total Cochrane		4	26	30
Coyhaique	Rural	10	30	40
Coyhaique	Urbano	44	346	390
Total Coyhaique		54	376	430
Río Ibáñez	Rural	4	16	20
Total Río Ibáñez		4	16	20
Total General		83	593	676

Fuente: Departamento de Investigación y Desarrollo, INE.

Para realizar el cálculo del ajuste por no respuesta, se aconseja crear 2 variables dicotómicas las cuales se presentan a continuación:

$$\begin{aligned}
 & \text{eleg}_j \\
 & = \begin{cases} 1 = & \text{Si la vivienda } j \text{ corresponde a una vivienda elegible según CDF.} \\ 0 = & \text{Si la vivienda } j \text{ corresponde a otra clasificación según CDF.} \end{cases}
 \end{aligned}$$

$$\text{log}_j = \begin{cases} 1 = & \text{Si entrevista en la vivienda } j \text{ se logro completa.} \\ 0 = & \text{Si la entrevista en la vivienda } j \text{ no se logro.} \end{cases}$$

Luego, para calcular la estimación de viviendas elegibles y la estimación de viviendas logradas, y realizar el ajuste por no respuesta, se debe filtrar la base de levantamiento considerando viviendas elegibles, por un lado; y las logradas, por otro y ponderarlas por el factor F_{3hgi} , tal como indica la siguiente fórmula:

$$F_{4hg} = F_{3hgi} * \frac{\sum_{j \in hgi} F_{3hgi} * \text{eleg}_j}{\sum_{j \in hgi} F_{3hgi} * \text{log}_j}$$

Donde:

$\sum_{j \in hgi} F_{3hgi} * \text{eleg}_j$: Corresponde a la estimación de viviendas elegibles en cada conglomerado i de la comuna h del grupo de tamaño g .

$\sum_{j \in hgi} F_{3hgi} * \text{log}_j$: Corresponde a la estimación de viviendas logradas en cada conglomerado i de la comuna h del grupo de tamaño g .

2.6.2. Factor de Expansión ajustado al total de la población

El factor de expansión incluye un ajuste a la población de personas por comuna - área, con el objeto de aumentar la precisión de las estimaciones y alcanzar los stocks poblacionales.

El cálculo del factor de expansión ajustado a personas (base a nivel de viviendas), corresponde a,

$$F_{5hg} = F_{4hg} * \frac{P_h}{\overline{P}_h}$$

Donde:

P_h : Proyección de población total en la comuna – área.

\widehat{P}_h : Número total de personas estimadas en la comuna – área.

$$\widehat{P}_h = \sum_i \sum_j F_{Ahg} * P_{hij}$$

Siendo

P_{hij} : Número total de personas en la vivienda j , del conglomerado i en la comuna - área h .

Para estimar el tamaño de la población y el número de viviendas, se utiliza el Factor de Expansión ajustado al total de la población (F_{5hg}). Para esto, se pondera la base con dicho factor, y en el caso de las viviendas se realiza un conteo por el identificador de la vivienda (ID_vivienda).

A continuación, en la Tabla 5 se presenta la estimación del número de viviendas.

Tabla 5. Estimación de viviendas con Factor Ajustado.

Temporada	Estimación Viviendas
Alta 2017	36.813

Fuente: Departamento de Investigación y Desarrollo, INE.

En cuanto a la estimación de la Población, se utiliza el total de personas por hogar/vivienda (Variable total_personas) y se pondera la base por el Factor Ajustado a la Población, para luego realizar una suma del total de personas por identificador de vivienda.

En la Tabla 6 se presenta la estimación de la población, la cual se condice con el total de personas según las proyecciones de población para la Región de Aysén.

Tabla 6. Estimación de Población con Factor Ajustado.

Temporada	Estimación Población Total
Alta 2017	107.174

Fuente: Departamento de Investigación y Desarrollo, INE.

2.7. ESTIMADORES Y VARIANZAS

2.7.1. Nomenclatura utilizada para el cálculo de los estimadores

Para facilitar la lectura de los estimadores y varianzas, el subíndice h se referirá al estrato geográfico, el subíndice i se referirá al conglomerado (manzana o sección) dentro del estrato h , el subíndice j se referirá a la vivienda dentro de cada conglomerado i del estrato h y finalmente el subíndice k a la persona dentro de la vivienda j del conglomerado i del estrato h .

La nomenclatura utilizada para el cálculo de los estimadores será la siguiente,

$FE_{hi}^{(1)}$: Factor de expansión teórico por persona asociado al conglomerado i en el estrato h .

$FE_{hi}^{(5)}$: Factor de expansión ajustado por proyecciones de población.

$P_{hijk} = 1$: Para toda persona k de la vivienda j perteneciente al conglomerado i en el estrato h .

P_{hijk_c} : Indicador de la variable medida en la Persona k de la vivienda j perteneciente al conglomerado i en el estrato h que cumple con la característica C , es decir,

$$P_{hijk_c} = \begin{cases} 1, & \text{si la persona cumple con la característica } C \\ 0, & \text{en otro caso} \end{cases}$$

Y_{hijk} : Valor de la variable Y , medida en la persona k de la vivienda j perteneciente al conglomerado i en el estrato h .

Y_{hijk_c} : Valor de la variable Y , medida en la persona k de la vivienda j perteneciente al conglomerado i en la comuna h que cumple con la característica C , es decir,

$$Y_{hijk_c} = \begin{cases} Y_{hijk}, & \text{si la persona cumple con la característica } C \\ 0, & \text{en otro caso} \end{cases}$$

También podemos expresar,

$$Y_{hijk_c} = Y_{hijk} \cdot P_{hijk_c} = \begin{cases} Y_{hijk} \cdot 1 = Y_{hijk}, & \text{si la persona cumple con la caract. } C \\ Y_{hijk} \cdot 0 = 0, & \text{en otro caso} \end{cases}$$

2.7.2. Estimadores del Total Cuantitativo de la variable Y

- Total estimado de la variable Y en el estrato h ,

$$\widehat{Y}_h = \sum_i \sum_j \sum_k FE_{hi}^{(5)} \cdot Y_{hijk}$$

- Total estimado de la variable Y en el nivel de estimación requerido. La estimación del total en el nivel de estimación, se obtiene como la suma de todos los totales sobre todos los estratos que componen dicho nivel,

$$\widehat{Y} = \sum_h \sum_i \sum_j \sum_k FE_{hi}^{(5)} \cdot Y_{hijk} = \sum_h \widehat{Y}_h$$

- Total estimado de la variable Y en personas con característica C , en el estrato h ,

$$\widehat{Y}_{h_c} = \sum_i \sum_j \sum_k FE_{hi}^{(5)} \cdot Y_{hijk_c}$$

- Total estimado de la variable Y en personas con la característica C , en el nivel de estimación requerido. Nuevamente, la estimación del total en el nivel de estimación requerido se obtiene como la suma de los totales de los estratos que componen dicho nivel,

$$\widehat{Y}_C = \sum_h \sum_i \sum_j \sum_k FE_{hi}^{(5)} \cdot Y_{hijk_c} = \sum_h \widehat{Y}_{h_c}$$

2.7.3. Varianza de los estimadores

Cabe destacar que el cálculo de la varianza de los estimadores y de los estimadores deben ser realizados dentro de cada estrato, utilizando la variabilidad entre las unidades de primera etapa (secciones o manzanas) como las unidades que aportan al incremento de la varianza.

La nomenclatura utilizada para el cálculo de las varianzas es la misma que la de los estimadores de totales.

2.7.4. Estimadores de la varianza

- Estimador de la varianza del total estimado de la variable Y en el estrato h ,

$$Var(\widehat{Y}_h) = \frac{n_{hg}}{n_{hg} - 1} \sum_i \left[FE_{hi}^{(1)} (Y_{hi} - \widehat{R}_h \cdot P_{hi}) \right]^2$$

con

$$\widehat{R}_{hg} = \frac{\widehat{Y}_{hg}}{\widehat{P}_{hg}} = \frac{\sum_i FE_{hi}^{(1)} \cdot Y_{hgi}}{\sum_i FE_{hi}^{(1)} \cdot P_{hgi}}$$

Donde

Y_{hi} : Total de la variable Y en el conglomerado i del estrato h en el grupo g .

P_{hi} : Total de personas en el conglomerado i del estrato h en el grupo g .

\widehat{R}_h : Razón de total de la variable Y con respecto al total de personas en el estrato h en el grupo g .

- Estimador de la varianza del total estimado de personas con característica C en el estrato h ,

$$Var(\widehat{P}_{hg_c}) = \frac{n_{hg}}{n_{hg} - 1} \sum_i \left[FE_{hi}^{(1)} (P_{hi_c} - \widehat{R}_{h_c} \cdot P_{hi}) \right]^2$$

con

$$\widehat{R}_{hg_c} = \frac{\widehat{P}_{hg_c}}{\widehat{P}_{hg}}$$

2.7.5. Coeficiente de variación

El coeficiente de variación de una estimación se obtiene del cociente entre la desviación estándar de la estimación (la raíz cuadrada de la varianza) y el valor de la estimación obtenida.

Su expresión matemática es la siguiente,

$$CV(\widehat{Y}) = \frac{\sqrt{Var(\widehat{Y})}}{\widehat{Y}}$$

Conociendo este valor, en conjunto con la estimación, es posible determinar el intervalo de confianza en que se mueve el parámetro poblacional. Para ello se sugiere considerar un intervalo con 95% de confianza ($Z_{1-\alpha/2} = 1.96$).

La expresión matemática de lo anterior es,

$$\hat{Y} - Z_{1-\alpha/2} \sqrt{\text{Var}(\hat{Y})} \leq Y \leq \hat{Y} + Z_{1-\alpha/2} \sqrt{\text{Var}(\hat{Y})}$$

2.8. SÍNTESIS PROCESO MUESTREO

Una vez que los datos son recolectados en terreno, es necesario realizar estimaciones y análisis de los resultados siguiendo los lineamientos y objetivos bajo los cuales fue concebida la encuesta o estudio en cuestión.

Por su parte, como se detalló en los apartados anteriores, el tamaño muestral para el estudio se obtuvo bajo el supuesto de una prevalencia en la población del 37% de viviendas que al menos un integrante de ésta realizó turismo interno y emisivo. Este supuesto debe ser contrastado con la información recogida en la temporada alta 2017. Sin embargo, se observa que la proporción de viviendas que al menos un integrante del hogar realiza turismo emisivo durante la temporada Alta 2017 fue de 54,64%, con un coeficiente de variación (cv) de 8,59%.

Para crear la variable pivote, se expandió la base a nivel de vivienda utilizando el factor ajustado al total de la población, y posteriormente se registró una variable dicotómica identificando el hogar en que algún miembro de éste realiza algún viaje dentro o fuera de la Región de Aysén. Este procedimiento se realiza bajo muestras complejas en SPSS utilizando un estimador de razón con un nivel del 95% de confianza.

A continuación en la Tabla 7, se presentan las estimaciones del Estudio de demanda de Turismo de la Región de Aysén, en la temporada alta 2017 en el siguiente cuadro:

Tabla 7. Errores relativos y absolutos de la estimación de la proporción (P) de viviendas.

Temporada	Total Viviendas	Estimación	Intervalo de Confianza del 95%		Coeficiente de Variación	Error Relativo	Error Absoluto
			Inferior	Superior			
Alta 2017	497	54,64%	45,32%	63,95%	8,59%	16,83%	9,19%

Allí también se desprende que, con un 95% de confianza, la proporción de hogares que al menos un integrante realizó algún viaje por concepto de turismo emisivo dentro o fuera de la Región de Aysén, durante la temporada Alta 2017 (enero, febrero) se encuentra entre un 45,32% y un 63,95%.

3. PRINCIPALES RESULTADOS

A continuación se presenta los principales resultados obtenidos en la encuesta aplicada a residentes de la región de Aysén para conocer su comportamiento turístico durante la temporada alta 2017.

Los tabulados que se presentan se organizan de la siguiente forma: Primero, se caracteriza a las personas que sirvieron de informante del estudio y a las personas que componen su hogar. Luego, se presentan los viajes que las personas del hogar hicieron en temporada alta 2017 al interior de la región, y fuera de ella. En tercer lugar, se detallan los gastos en que incurrieron las/los turistas dentro de la región de Aysén, y en los viajes hechos a otras regiones, al interior del país.

En cuarto lugar, se indaga en las personas que alojaron en las viviendas de los residentes de la región en temporada alta, el tiempo de pernoctación, motivo de viaje, entre otros aspectos. En el quinto apartado, se aborda la inserción laboral de la población de 15 años y más y los estudios que han realizado en materia de turismo. Finalmente, se abordan aspectos de la percepción de las personas respecto al desarrollo del turismo regional.

3.1. CARACTERIZACIÓN DEL O LA INFORMANTE Y DE LAS PERSONAS QUE COMPONEN EL HOGAR

Es común que las encuestas que se aplican en viviendas sean mayormente respondidas por mujeres. Esto debido a que los hombres suelen tener ocupaciones fuera del hogar, mientras que las mujeres desarrollan en general más labores asociadas al cuidado de los hijos, adultos mayores o enfermos, intentan algún emprendimiento en el espacio doméstico, pero además porque logran menos inserciones laborales formales, y más precarias.

El estudio de vivienda recuperó también esta importante presencia femenina en la vivienda, donde se observó entre los informantes idóneos dos tercios de mujeres (67%) y un tercio de hombres (33%) (Tabla 8).

Tabla 8. Porcentaje de hombres y mujeres entre informante idóneo.

Sexo	Porcentaje
Hombre	33,0%
Mujer	67,0%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Entre quienes respondieron a este estudio cumpliendo el rol de informante idóneo, un cuarto tiene entre 45 y 54 años (24,3%), y los grupos de 25 a 34 años, 35 y 44 años, y 55 a 64 años, todos están cercanos al veinte por ciento (18,3%, 19,6%, y 18%, respectivamente). Son menos los informantes idóneo de 65 años y más (13,6%) y el grupo de 15 a 24 años (6%) (Tabla 9).

Tabla 9. Porcentaje personas informante idóneo por tramo de edad.

Tramo de edad	Porcentaje
15 a 24 años	6,0%
25 a 34 años	18,5%
35 a 44 años	19,6%
45 a 54 años	24,3%
55 a 64 años	18,0%
65 años y más	13,6%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Un 36,9% de las y los informantes idóneos cuentan con un nivel educacional Básico. Y un 32,4% declaran haber completado la educación media científico humanista. Entre quienes alcanzaron educación superior, un 7,8% son de nivel Técnico y un 16,2% de nivel universitario (Tabla 10).

Tabla 10. Porcentaje del nivel máximo de educación formal alcanzado por el informante idóneo.

Nivel educacional	Porcentaje
Sin educación formal*	2,2%
Especial o diferencial*	0,2%
Básica o Primaria	36,9%
Media Científico Humanista	32,4%
Media Técnico Profesional*	3,7%
Técnico Superior	7,8%
Universitaria Profesional	16,2%
Posgrado*	0,5%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Entre las personas que sirvieron de informante idóneo, el 61,9% son personas que nacieron en la Región de Aysén, y un 38,1% declaran haber llegado más tarde (Tabla 11). Más del cuarenta por ciento llegaron a la región entre los años 2001 y 2011, y entre los años 2012 y 2017 (22,3% y 21,5%, respectivamente). Con menor frecuencia hay personas que declaran haberse convertido en residentes de la región entre los años 1979 y 1989 (16,3%) (Tabla 12).

Tabla 11. Porcentaje de personas (informante idóneo) que nacieron en la región de Aysén.

¿Nació en la Región?	Porcentaje
No	38,1%
Si	61,9%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Tabla 12. Porcentaje de personas (informante idóneo) por año de llegada a la región.

Tramo de año de llegada	Porcentaje
1935 - 1945*	0,5%
1946 - 1956*	4,7%
1957 - 1967*	8,0%
1968 - 1978*	12,9%
1979 - 1989	16,3%
1990 - 2000*	13,8%
2001 - 2011	22,3%
2012 - 2017	21,5%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Los hogares encuestados, sin contar al informante idóneo, se componen de un 57,1% de hombres y un 42,9% de mujeres (Tabla 13). Estas cifras refuerzan lo expresado en párrafos anteriores respecto a la mayor presencia femenina solo entre quienes responden la encuesta.

Tabla 13. Porcentaje de hombres y mujeres entre las personas que componen el hogar

Sexo	Porcentaje
Hombre	57,1%
Mujer	42,9%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

En términos de edad, los informantes dan cuenta de la presencia de un 37,7% de menores de 15 años, y de un 16% de jóvenes de entre 15 y 24 años (Tabla 14). Los grupos de 25 a 34 años, 35 a 44 años y 45 a 54 años, alcanzan una presencia cercana al doce u diez por ciento (11,9%, 10,3% y 10,3%, respectivamente).

En cambio, los grupos de 55 a 64 y 65 años y más, no alcanzan los dos dígitos (7,6% y 6,1%, respectivamente).

Tabla 14. Porcentaje de personas que componen el hogar por tramo de edad.

Tramo de edad	Porcentaje
Menores de 15 años	37,7%
15 a 24 años	16,0%
25 a 34 años	11,9%
35 a 44 años	10,3%
45 a 54 años	10,3%
55 a 64 años	7,6%
65 años y más	6,1%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

3.2. VIAJES REALIZADOS POR LAS PERSONAS QUE COMPONEN EL HOGAR

Los residentes de la región de Aysén realizan viajes con diferentes destinos, sean intrarregionales, nacionales y extranjeros. Sin embargo, es importante señalar que en la temporada alta 2017 solo viajó el 54,6% de los hogares, el porcentaje restante no realizó ningún viaje (Tabla 15). En términos de personas, esto equivale al 53,9% a nivel regional (Tabla 16).

Tabla 15. Porcentaje de hogares cuyos integrantes realizaron algún viaje durante la Temporada Alta 2017.

Realizaron algún viaje	Porcentaje
Si	54,6%
No	45,4%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Tabla 16. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje durante la Temporada Alta 2017.

Realizaron algún viaje	Porcentaje
Si	46,1%
No	53,9%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Entre las personas que viajaron, un 29,7% lo hizo al interior de la región (Tabla 17). La motivación es principalmente por vacaciones (53,1%) y visitas a familiares o amigos (26,4%). Son menos frecuentes los viajes hechos por trabajo (8,1%) y salud (3,1%) (Tabla 18).

Tabla 17. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje al interior de la región durante la Temporada Alta 2017.

Realizaron algún viaje	Porcentaje
Si	29,7%
No	70,3%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Tabla 18. Porcentaje de personas que viajaron al interior de la región de Aysén durante Temporada Alta 2017, por principal motivo de viaje.

Motivo	Porcentaje
Vacaciones	53,1%
Visitas a familiares o amigos	26,4%
Trabajo*	8,1%
Otro*	4,1%
Viaje por salud*	3,1%
Actividades culturales*	2,5%
Deportes*	1,6%
Negocios*	0,8%
Compras*	0,3%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Viajes por Chile, fuera de la región de Aysén, son realizados por casi una cuarta parte de los residentes (24,2%) (Tabla 19). Mientras que solo el 5,7% realiza viajes fuera de Chile (Tabla 20).

Tabla 19. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje dentro de Chile, fuera de la Región de Aysén, en Temporada Alta 2017.

Realizaron algún viaje	Porcentaje
Si	24,2%
No	75,8%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Tabla 20. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje fuera de Chile en Temporada Alta 2017.

Realizaron algún viaje	Porcentaje
Si*	5,7%
No	94,3%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

El motivo para los viajes que tienen como destino Chile y el extranjero es, principalmente, vacaciones (77,5%) (Tabla 21). Con menor frecuencia se cuentan los viajes por visita a familiares o amigos (7,3%), salud (5,8%) o trabajo (3,4%).

Tabla 21. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje fuera de la región de Aysén durante Temporada Alta 2017, por motivo principal de viaje.

Motivo	Porcentaje
Vacaciones	77,5%
Visitas a familiares o amigos*	7,3%
Viaje por salud*	5,8%
Trabajo*	3,4%
Otro*	2,8%
Deportes*	1,8%
Actividades culturales*	0,7%
Negocios*	0,4%
Educación y formación*	0,2%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

De las personas que no viajaron en la temporada alta 2017, más de un tercio no lo hizo porque tuvo que trabajar (36,7%), o bien por falta de dinero (28,1%)⁵. Los problemas de salud, preferencia por descansar en casa, o falta de tiempo, son alternativas que presentaron menos menciones (Tabla 22).

Tabla 22. Porcentaje de personas que no realizaron algún viaje en Temporada Alta 2017, por motivo principal de no viaje.

Motivo	Porcentaje
Tuvo que trabajar	36,7%
Falta de dinero	28,1%
Otro motivo	17,2%
Problemas de salud propia o de algún familiar	6,9%
Tenía vacaciones, pero prefiere descansar en casa	5,8%
Falta de tiempo	2,7%
Toma vacaciones en otra fecha	1,4%
No le corresponden vacaciones	1,1%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

3.2.1. Viajes dentro de la Región

Los destinos de la región, visitados por las personas que residen en el territorio, son variados. Se observa una concentración en algunos puntos de la región, pero el peso relativo de cada uno de ellos no supera el veinte por ciento (Tabla 23). Por ejemplo, Puerto Aysén es uno de los lugares más visitados por los residentes en temporada alta (21,6%). Le siguen las localidades que bordean el Lago General Carrera, como Chile Chico (19,3%) y Puerto Río Tranquilo (16,3%), y más al sur Cochrane (14,1%).

Coyhaique aparece también como destino de viaje, con el 15,3% de presencia relativa.

Hacia el norte, con menos menciones, están Puerto Cisnes (13,1%), La junta (10,4%) y Puyuhuapi (10,3%).

⁵ Llama la atención el 17,2% de residentes que dicen que no viajaron en temporada alta 2017 por un motivo diferente a los planteados como alternativas; sin embargo, debido a que se trató de una pregunta cerrada no se cuenta con la especificación por parte del informante, y tampoco se tiene antecedentes en estudios de la región de cuáles serían esos otros motivos. Será un aspecto interesante a indagar en observaciones futuras.

Tabla 23. Porcentaje de lugares más visitados de la región de Aysén, por las personas del hogar que viajaron.

Lugar	Porcentaje**
Puerto Aysén*	21,6%
Chile Chico	19,3%
Puerto Río Tranquilo*	16,3%
Coyhaique*	15,3%
Puerto Río Ibañez*	14,5%
Cochrane*	14,1%
Puerto Cisnes*	13,1%
La Junta*	10,4%
Puyuhuapi*	10,3%
Mañihuales*	9,7%
Chacabuco*	8,5%
Puerto guadal*	6,7%
Villa Cerro Castillo*	6,4%
Tortel*	5,4%
Villa Amengual*	5,3%
Bahía Murta*	4,1%
Capillas de Mármol*	3,6%
Reserva Coyhaique*	3,6%
Villa O'Higgins	3,2%

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

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Los viajes hechos por los residentes de la región a los destinos antes mencionados, tienen una duración de 4 a 7 días en un 45,2% de los casos (Tabla 24). Y casi un veinte por ciento duran entre 1 y 3 días (19,3%).

Los viajes que se extienden por más de 1 semana concentran el 16,6% de los casos, y más de 2 semanas, el 12,5%.

Finalmente, el 6,4% de los viajes hechos por los residentes, al interior de la región, tienen una duración de más de 1 mes (Tabla 24).

Tabla 24. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, por cantidad de días que duró el viaje.

N° de días	Porcentaje
1-3 días	19,3%
4-7 días	45,2%
Más de una semana*	16,6%
Más de dos semanas*	12,5%
Más de un mes*	6,4%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Entre las personas que realizaron viajes por la región, un 11% viaja sola. Otras en cambio, viajan con personas que integran su hogar, en grupos de 2 personas (22,6%), 3 personas (25%), y 4 personas (26,7%). Son menos los que viajan en grupos más grandes de 5 personas y más (14,7%) (Tabla 25).

A estos grupos de viaje se suman, en el 41,5% de los casos, otras personas que no son integrantes del hogar (Tabla 26).

Tabla 25. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, por tamaño del grupo de viaje.

Grupo de viaje	Porcentaje
1 persona	11,0%
2 personas	22,6%
3 personas	25,0%
4 personas	26,7%
5 o más personas	14,7%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Tabla 26. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén en compañía de otras personas que no son integrantes de su hogar.

Viaja en compañía	Porcentaje
Si	41,5%
No	58,5%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

La mayor parte de los turistas regionales, utiliza como alojamiento en los lugares de destino, la casa de familiares o amigos (59,1%). Es menos frecuente que alojen en alguna cabaña (22,3%), hostel o residencial (17,4%), camping (16,5%) u otro alojamiento pagado (6,1%) (Tabla 27).

La satisfacción con el servicio entregado en estos alojamientos es en general buena y muy buena (95,6%) (Tabla 28).

Tabla 27. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, según tipo de alojamiento más utilizado durante el viaje.

Tipo de alojamiento	Porcentaje**
Casa de familiares o amigos	59,1%
Cabaña*	22,3%
Hostal/Residencial*	17,4%
Camping*	16,5%
Otro alojamiento no pagado*	14,2%
Otro alojamiento pagado*	6,1%
Hotel*	3,6%

(*) La estimación de personas 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 personas.

(**) La suma de porcentajes no es 100% dado a que es una pregunta de selección múltiple

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Tabla 28. Porcentaje de personas que viajaron por la región, según nivel de satisfacción con el tipo de alojamiento más utilizado durante el viaje.

Nivel de satisfacción	Porcentaje
Bueno o muy bueno	95,6%
Regular*	3,7%
Malo o muy malo*	0,6%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

La forma más común de alimentación utilizada por los turistas regionales es preparar la propia comida (68,5%), o comer en casa de familiares o amigos (49,2%). La alternativa de comprar comida para llevar (22,3%) se suma a esta forma de alimentación sin costo del servicio (Tabla 29).

Comparativamente son menos los turistas que optan por comer en restaurantes (26,8%) o en el alojamiento turístico (9%).

Tabla 29. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, según servicio de alimentación más utilizado durante el viaje.

Servicio de alimentación	Porcentaje**
Preparó su comida	68,5%
Casa de familiares o amigos	49,2%
Restaurante	26,8%
Compró comida para llevar*	22,3%
Alojamiento turístico*	9,0%

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

(**) La suma de porcentajes no es 100% dado a que es una pregunta de selección múltiple

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Descontando a las personas que preparan su propia comida, los servicios de alimentación son percibidos como bueno y muy bueno por parte del 91,9% de los turistas (Tabla 30).

Tabla 30. Porcentaje de personas que viajaron por la región, según nivel de satisfacción con el servicio de alimentación más utilizado durante el viaje.

Nivel de satisfacción	Porcentaje
Bueno o muy bueno	91,9%
Regular*	7,4%
Malo o muy malo*	0,7%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

El modo de transporte más utilizado para recorrer la región es el automóvil o moto particular (65,9%), o bien el vehículo de algún familiar o amigo (11,2%) (Tabla 31).

Otras personas utilizan el transporte público como bus o transfer (21,7%) y algún tipo de embarcación (11,6%) para desplazarse por la región.

Los viajes realizados a pie o dedo, en algún vehículo de alquiler, o en bicicleta son marginales en la distribución, en comparación con los mencionados en párrafos anteriores.

Tabla 31. Porcentaje de personas que viajaron por la región, según modo de transporte más utilizado.

Modo de transporte	Porcentaje**
Automóvil particular, moto particular	65,9%
Bus o transfer	21,7%
Barcaza o embarcación*	11,6%
Automóvil de familiar o amigo*	11,2%
A pie o a dedo*	2,4%
Automóvil arrendado*	1,6%
Bicicleta*	0,1%

(*) La estimación de personas 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 personas.

(**) La suma de porcentajes no es 100% dado a que es una pregunta de selección múltiple

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

El servicio de estos modos de transporte más utilizados satisface al 86,3% de los turistas regionales (categorías bueno y muy bueno). Se observa un 10,8% de los casos que declara percibir un servicio regular (Tabla 32).

Tabla 32. Porcentaje de personas que viajaron por la región, según nivel de satisfacción con el modo de transporte más utilizado.

Nivel de satisfacción	Porcentaje
Bueno o muy bueno	86,3%
Regular*	10,8%
Malo o muy malo*	2,9%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Por otra parte, entre los turistas regionales de temporada alta 2017 el uso de guías de turismo u operador turístico es bajo, no supera el 8,2% y 7,9%, respectivamente (Tabla 33).

Tabla 33. Porcentaje de personas que viajaron por la región y contrataron algún servicio de Guía de Turismo, Tour Operador y Agencia de Viajes.

Servicio	Porcentaje
Guía de turismo	8,2%
Tour operador	7,9%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Entre las actividades preferidas de los turistas regionales se cuentan las de naturaleza, sean éstas observación de flora, fauna, aves, o la visita a reservas nacionales y parques (Tabla 34).

Tabla 34. Porcentaje de personas que viajaron por la región por el tipo de actividades turísticas que realizaron durante el viaje.

Categoría	Actividad	Porcentaje**
Actividades de naturaleza	Observación de Flora	73,2%
	Observación de Fauna	65,1%
	Observación de aves	58,9%
	Visita a Reservas/Parques	43,1%
	Navegación fiordos*	15,2%
Actividades de esparcimiento	Compra en comercio	50,3%
	Exposiciones*	15,0%
	Bares, Casinos de juegos, discotecas*	14,6%
	Cine, teatro*	1,7%
Actividades y expresiones culturales con identidad regional	Experiencias tradiciones locales	42,8%
	Fiestas costumbristas / gastronómicas	37,6%
	Compra alimentos y bebidas fabricadas en la Región	34,3%
	Compra bienes culturales*	28,9%
	Jineteadas y folklore	26,4%
	Visita museos y lugares históricos*	12,5%
Actividades deportes / aventura	Trekking/Senderismo	30,7%
	Pesca con mosca*	17,7%
	Cabalgata*	10,6%
	Kayak/Rafting/Canotaje*	9,5%
	Montañismo*	6,8%
	Pesca de mar*	6,8%
	Ciclismo*	6,5%
	Mountainbike*	4,2%
	Caminata sobre hielo*	2,5%
	Buceo*	1,1%
Escalada Roca*	0,3%	

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

(**) La suma de porcentajes no es 100% dado a que es una pregunta de selección múltiple.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Se observa también interés por la compra en comercio (50,3%), que si bien se agrupa dentro de las actividades de esparcimiento, podría interpretarse también como una necesidad de consumo más que una distracción propiamente tal.

Los turistas regionales también muestran interés por actividades y expresiones culturales locales, fiestas costumbristas y gastronómicas, y por la compra de alimentos y bebidas de fabricación regional (Tabla 34).

En comparación con turistas provenientes de otras regiones o países, el turista regional desarrolla menos actividades deportivas o de aventura como trekking o senderismo (30,7%).

3.2.2. Viajes en Chile, fuera de la Región de Aysén

Los viajes que realizan los residentes regionales a otras regiones de Chile tienen como destino principal la vecina Región de Los Lagos (75,9%). Otros tantos se dirigen a la Región Metropolitana (34,9%) y a la Araucanía (29,1%) (Tabla 35).

En menor proporción las personas que respondieron la encuesta visitaron en temporada alta 2017 regiones como Biobío (23%), Valparaíso (21,7%) y Los Ríos (21,1%).

Tabla 35. Porcentaje de personas que viajan por Chile según región visitada.

Región	Porcentaje**
Arica y Parinacota*	1,6%
Tarapacá*	6,4%
Antofagasta*	0,8%
Atacama	0,0%
Coquimbo*	1,6%
Valparaíso*	21,7%
Metropolitana	34,9%
Libertador Gral. Bernardo O'Higgins*	13,5%
Maule*	6,4%
Biobío*	23,0%
La Araucanía*	29,1%
Los Ríos*	21,1%
Los Lagos	75,9%
Aysén del Gral. Carlos Ibáñez del Campo	0,0%
Magallanes y de la Antártica Chilena*	6,7%

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

(**) La suma de porcentajes no es 100% dado a que es una pregunta de selección múltiple

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Estos viajes tuvieron una duración de más de dos semanas en la mitad de los casos (49,5%). Un cuarto de los casos en cambio, extendieron su viaje por más de una semana (25,3%), y el 17,8% hicieron un viaje de 4 a 7 días (Tabla 36).

Con menos frecuencia se cuentan viajes con una duración de más de un mes (5,5%) y de 1 a 3 días (1,9%).

Tabla 36. Porcentaje de personas que viajan por Chile según número de días que dura el viaje.

N° de días	Porcentaje
1-3 días*	1,9%
4-7 días*	17,8%
Más de una semana	25,3%
Más de dos semana	49,5%
Más de un mes*	5,5%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Para los viajes fuera de la región, pero con alcance nacional, la composición del grupo de viaje es heterogénea. Sin embargo, más del ochenta por ciento de las personas prefirió viajar en compañía. Solo el 16,2% viajó solo o sola (Tabla 37).

Los grupos de viaje se componen, en similar proporción, de 2 personas (26,2%), de 3 (25,5%), y de 4 personas (23,3%). Los grupos de 5 personas y más son menos frecuente (8,7%).

Tabla 37. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, por tamaño del grupo de viaje.

Grupo de viaje	Porcentaje
1 persona	16,2%
2 personas	26,2%
3 personas	25,5%
4 personas*	23,5%
5 o más personas*	8,7%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

El flujo de residentes regionales, para los viajes que hacen por el resto del país, se concentra en el Aeropuerto Balmaceda principalmente, tanto para salir de la región (58,3%) (Tabla 38), como para volver a ingresar a ella (56,4%) (Tabla 39).

Por Carretera Norte se produjo el 26,6% de las salidas de residentes regionales, y el 26,2% de los ingresos en temporada alta 2017 (Tabla 38 y Tabla 39, respectivamente).

Con menos frecuencia los viajeros de la región salieron y entraron por Puerto Cisnes (3,8% y 5,9%, respectivamente) y por Puerto Chacabuco (2,3% y 7,1%).

Se cuenta también una proporción reducida de personas que accedieron a otras regiones del país pasando por Argentina a través de los pasos fronterizos Coyhaique Alto, Jeinimeni, Pallavicini, entre otros, e posteriormente ingresaron por los mismos accesos (Tabla 38 y Tabla 39).

Tabla 38. Porcentaje de personas que viajan por Chile, excepto región de Aysén, según por el que salieron de la región.

Paso de salida de la región	Porcentaje
Aeropuerto Balmaceda	58,3%
Carretera Norte	26,6%
Puerto Cisnes*	3,8%
Coyhaique Alto*	3,5%
Chacabuco*	2,3%
Jeinimeni*	1,9%
Puesto Viejo*	1,8%
Otro*	1,4%
Paso Huemules*	0,8%
Puerto Ibáñez*	0,7%

(**) La suma de porcentajes no es 100% dado a que es una pregunta de selección múltiple.

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Tabla 39. Porcentaje de personas que viajan por Chile, excepto región de Aysén, según por el que entraron a la región.

Paso de Entrada	Porcentaje**
Aeropuerto Balmaceda	56,4%
Carretera Norte	26,2%
Puerto Chacabuco*	7,1%
Puerto Cisnes	5,9%
Paso Coyhaique Alto*	2,6%
Paso Palaviccini*	1,3%
Puesto Viejo*	0,8%
Paso Jeinimeni*	0,6%
Paso Huemules*	0,1%

(**) La suma de porcentajes no es 100% dado a que es una pregunta de selección múltiple.

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

3.3. GASTOS EN VIAJES

En los viajes hechos por turistas regionales, al interior de la región, el gasto promedio diario por persona entre los turistas regionales es de \$18.229 (Tabla 40).

Tabla 40. Promedio del gasto total por día por persona en el viajes al interior de la región.

Gasto promedio diario (\$) por persona	\$18.229
---	-----------------

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Los gastos de alimentación y transporte son los mayores en comparación con demás ítems de turismo (\$4.431 y \$4.284, respectivamente).

En alojamiento en cambio, gastan en promedio \$3.277, por persona por día. Y en comercio o consumo \$3.881.

El gasto en ítems como agencia de viajes, guía u operadores turísticos alcanza los \$273; mientras que el gasto en actividades turísticas llega a los \$626 promedio diario por persona.

Por último, la compra de bienes y servicios culturales constituye un gasto de \$247. El gasto en otros ítems no especificados es de \$384 (Tabla 41).

Tabla 41. Promedio del gasto por ítem, por día por persona en el viaje al interior de la región.

Ítem de gasto	Promedio diario por persona (\$)	
Alojamiento	\$	3.277
Alimentación	\$	4.431
Transporte	\$	4.284
Agencia de viajes/Operadores de viajes/guías de turismo*	\$	273
Actividades turísticas*	\$	626
Comercio / consumo*	\$	3.881
Bienes y servicios culturales*	\$	247
Otro*	\$	384

(*) La estimación de personas en este ítem 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, Noviembre de 2017.

En contraste, el gasto promedio diario por persona, de los turistas que salen de la región y visitan algún otro lugar del país, alcanza los \$27.137 (Tabla 42).

Tabla 42. Promedio del gasto total por día por persona en viajes en Chile, fuera de la región.

Gasto promedio diario (\$) por persona	\$27.137
---	-----------------

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

3.4. VISITAS RECIBIDAS EN VIVIENDAS

Los residentes de la región de Aysén reciben en sus viviendas una parte de los turistas que la visitan cada temporada. En la temporada alta 2017, un 46% de los hogares recibieron en sus viviendas personas que pernoctaron al menos 1 noche (Tabla 43).

Tabla 43. Porcentaje de hogares que recibieron visitas que pernoctaron al menos una noche, durante la temporada alta 2017.

Recibió visitas que pernoctaron al menos una noche en su vivienda	Porcentaje
Si	46,0%
No	54,0%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

La mayor parte de estos visitantes son familiares, sean indirectos (otros familiares 69,4%) o directos, como hijas e hijos (12,9%); también amigas o amigos (25,6%).

Aunque con baja frecuencia, es interesante la presencia de un 3,2% de hogares que declaran recibir turistas en sus viviendas durante la temporada alta (Tabla 44).

Según lo declarado por las y los informantes, los principales motivos de viaje de las personas que les visitan en sus viviendas son las vacaciones (56,6%) y visitar a familiares y amigos (52,1%), lo que está en coherencia con que tienen con la mayor parte de estas personas algún grado de consanguinidad y amistad (Tabla 45).

Tabla 44. Porcentaje de hogares que recibieron visitas durante la temporada alta 2017, según parentesco con el informante del hogar.

Relación con Informante	Porcentaje**
Otros familiares	69,4%
Amigos	25,6%
Hijos/as	12,9%
Turistas*	3,2%
Otro no familiares*	1,3%
Cónyuge o pareja*	0,8%
Compañeros de trabajo o estudio*	0,4%

(*) La estimación de personas 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 suma de porcentajes no es 100% dado a que es una pregunta de selección múltiple.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Tabla 45. Porcentaje de hogares que recibieron visitas durante la temporada alta 2017, según motivo de viaje de las visitas.

Motivo	Porcentaje
Vacaciones	56,6%
Visitas a familiares o amigos	52,1%
Educación y formación*	1,4%
Viaje por salud*	5,1%
Compras*	0,6%
Trabajo*	4,0%
Negocios	0,0%
Deportes*	0,2%
Actividades culturales*	2,1%
Otro*	9,5%

(**) La suma de porcentajes no es 100% dado a que es una pregunta de selección múltiple.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

El tiempo de permanencia de las visitas en las viviendas de la región es variable, concentrándose un tercio en estadías de 4 a 7 días (33,4%), o bien en estadías de más de 1 semana (15,5%), y de más de 2 semanas (28,8%) (Tabla 46).

Con menos frecuencia se registran permanencias más acotadas de 1 a 3 días (8,4%), y más extensas que superan un mes (6,1%).

Tabla 46. Porcentaje de hogares que recibieron visitas durante la temporada alta 2017, según días que estas visitas permanecieron en la región.

Días de permanencia	Porcentaje
1 a 3 días*	8,4%
4 a 7 días*	33,4%
Más de una semana	15,5%
Más de dos semanas	28,8%
Más de un mes*	6,1%

(**) La suma de porcentajes no es 100% dado a que es una pregunta de selección múltiple.

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

3.5. MERCADO LABORAL EN TURISMO

De la población de 15 años y más, para el periodo entre enero y marzo del año 2017, un 70,1% tuvieron alguna ocupación en dicho periodo, ya sea en el sector turismo o fuera del sector. Ahora bien, entre las personas ocupadas, un 8,0% de la población ocupada tuvo un empleo en el sector turístico, un 83,2% tuvo un empleo fuera del sector turístico, y un 8,8% estuvo trabajando tanto en una ocupación ligada al turismo, como en una ocupación fuera del sector turístico. *De estos datos se desprende que al menos un 16,8% de la población ocupada entre enero y marzo del año 2017 estuvo ligado a un empleo en turismo, ya sea de manera exclusiva o en conjunto con otros sectores.*

La población ocupada en el sector turismo, se desempeñan tanto en único sector como en múltiples sectores ligados al turismo. Una fracción de las personas, se dedica al rubro de alimentación como *restaurantes, cafeterías, servicio de bebida y comida* (30,8%); mientras que casi un tercio de las personas ocupadas en el sector turismo se dedicó a *actividades creativas, artísticas o culturales* (30%) y una proporción similar trabajó en servicios de alojamiento como *hoteles, cabañas u otros alojamientos para turistas* (28,9%) (Tabla 47).

Tabla 47. Porcentaje de personas de 15 años y más que realizaron alguna actividad turística en temporada alta 2017.

Actividad	Porcentaje**
Restaurantes, cafeterías, servicio de bebida y comida	30,8%
Actividades creativas, artísticas o culturales*	30,0%
Hoteles, cabañas u otros alojamientos para turistas	28,9%
Agencias de viajes, operadores turísticos o guías de turismo*	12,5%
Transporte de turistas*	8,2%
Actividades ligadas a la naturaleza o del deporte aventura*	7,2%
Empresas de entretenimiento como bares, casinos u otros*	6,6%
Arriendo de vehículos o equipo deportivo para turistas*	2,6%

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

(**) La suma de porcentajes no es 100% dado a que es una pregunta de selección múltiple.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Solo considerando las personas que desarrollaron alguna actividad relacionada al turismo, un 71% realizaron la actividad como actividad principal durante la temporada alta 2017. Las actividades que concentran más casos son el rubro de *hoteles, cabañas u otros alojamientos para turistas* (34,4%), y *restaurantes, cafeterías, o servicios de comida o bebidas* (31,7%) (Tabla 48).

Tabla 48. Porcentaje de personas de 15 años y más que realizaron alguna actividad turística en temporada alta 2017 como actividad principal.

Actividad	Porcentaje
Hoteles, cabañas u otros alojamientos para turistas	32,7%
Restaurantes, cafeterías, o servicios de comida o bebidas	30,0%
Actividades creativas, artísticas o culturales*	13,1%
Agencias de viajes, operadores turísticos o guías de turismo*	10,7%
Empresas de entretenimiento, como bares, casinos u otros*	7,2%
Transporte de turistas*	3,5%
Actividades ligadas a la naturaleza o el deporte aventura*	2,8%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Por último, independiente a si realizan o no alguna actividad ligada al turismo, solo el 1,8% de la población de 15 años más declara contar con algún estudio formal en materia de turismo (Tabla 49).

Tabla 49. Porcentaje de personas de 15 años y más con estudios formales en turismo.

Estudios	Porcentaje
No tiene estudios formales en turismo	98,2%
Estudios de educación Técnica Superior ligados al turismo*	0,9%
Estudios en educación Media Técnica Profesional ligado al turismo*	0,4%
Postgrados en turismo*	0,4%
Estudios Universitarios/Profesionales en turismo*	0,1%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

3.6. OPINIÓN ACERCA DEL TURISMO REGIONAL

Es interesante conocer la opinión de los residentes de la región acerca del impacto que produce el turismo en dimensiones de la vida social como la economía, la calidad de vida, la seguridad ciudadana, el medio ambiente, entre otras; ya que permite una mirada multidimensional del fenómeno, donde el actor local relevante no solo es el empresario dedicado al rubro, sino la ciudadanía en general que convive diariamente con una actividad que intenta seguir desarrollándose.

En este sentido, un 73,4% está de acuerdo con que *el turismo incrementa las oportunidades de empleo en mi entorno*. Un porcentaje similar opina que *el turismo promueve el desarrollo económico en mi entorno* (70,6%), y que *el turismo contribuye al incremento de ingresos de las personas en mi entorno* (69,3%) (Tabla 50). Estas afirmaciones respecto a la percepción de los beneficios económicos del turismo, tanto en los ingresos como en el empleo, son las que provocan mayor aprobación entre las y los informantes, y cerca de un veinte por ciento de desaprobación.

La percepción de que *el turismo incrementa el estándar de vida de las personas en mi entorno*, es compartida por el 66,4% de la población regional. Un 19,8% dice no estar de acuerdo con esta afirmación.

En proporción similar, un 64,9% está de acuerdo con que *el turismo incrementa el precio de los bienes en mi entorno*; mientras que cerca de un cuarto de los residentes percibe lo contrario (23,9%).

Considerando cómo el turismo es percibido como un factor que modifica el entorno de manera directa y observable, casi el 65 por ciento (64,8%) percibe que *el turismo aumenta las aglomeraciones de personas y vehículos en mi entorno*; mientras que el 28% dice no percibir un cambio de este tipo.

Con una tendencia más dividida, la mitad de los encuestados (50,9%) afirma estar de acuerdo con que *el turismo promueve la infraestructura pública en mi entorno*; y un 40,6% indica no estar de acuerdo con la afirmación y por tanto con la percepción del impacto del turismo en su localidad.

Entre los efectos negativos del turismo en el entorno, un 29,2% acuerda con que *el turismo incrementa la inseguridad ciudadana en mi entorno*, y un 28,9% percibe que *el turismo daña el medio ambiente en mi entorno* (Tabla 50).

Tabla 50. Porcentaje de informantes según opinión expresada frente a proposiciones relacionada con el turismo. Aspectos del desarrollo del turismo.

Aspectos del desarrollo del turismo	De acuerdo	Indiferente	En Desacuerdo	Total
El turismo incrementa las oportunidades de empleo en mi entorno	73,4%	10,3%	16,3%	100,0%
El turismo promueve el desarrollo económico en mi entorno	70,6%	10,8%*	18,6%	100,0%
El turismo contribuye al incremento de ingresos de las personas en mi entorno	69,3%	11,9%*	18,9%	100,0%
El turismo incrementa el estándar de vida de las personas en mi entorno	66,4%	13,8%	19,8%	100,0%
El turismo incrementa el precio de los bienes en mi entorno	64,9%	11,2%	23,9%*	100,0%
El turismo aumenta las aglomeraciones de personas y vehículos en mi entorno	64,8%	7,2%	28,0%*	100,0%
El turismo promueve la infraestructura pública en mi entorno	50,9%	8,5%	40,6%	100,0%
El turismo incrementa la inseguridad ciudadana en mi entorno	29,2%	8,8%	62,0%	100,0%
El turismo daña el medio ambiente en mi entorno	28,9%	6,6%	64,5%	100,0%

(*) La estimación de personas en esta proposición 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, Noviembre de 2017.

En términos actitudinales⁶, el 89,2% se identifica con la frase *“Yo apoyo el turismo local”*. Un 8,4% es indiferente a tal afirmación, y solo un 2,4% no comparte su contenido e intención (Tabla 51).

Asimismo, un 77,3% se muestra optimista ante el turismo regional apoyando la afirmación *el desarrollo del turismo regional contribuye con más ventajas que desventajas*. En este caso el número de indiferentes es de 14,2%.

En términos más concretos, un 73,8% afirma un *apoyo con las dudas a los turistas que vienen a la región*; mientras que un 20,7% señala no tener este tipo de comportamiento con los turistas que se encuentran.

Por último, es interesante ver como solo un 39,2% declara *estoy satisfecho con la actual situación del desarrollo turístico regional*. Esta afirmación genera la misma proporción de desacuerdo (39,5%) y un alto número de indiferencia (21,3%), en comparación con las afirmaciones anteriores (Tabla 51).

⁶ En este estudio se distingue entre opinión y actitud. La primera es entendida como la percepción de algo de lo que no se tiene certeza, y que no necesariamente compromete al individuo en sus creencias ni conductas. La actitud en cambio, refiere a la predisposición a actuar de tal o cual forma frente a un objeto, persona o situación. Esta última tiene contenida una acción potencial, a diferencia de la primera que solo es un juicio sin compromiso de acción.

Tabla 51. Porcentaje de informantes según opinión expresada frente a proposiciones relacionada con el turismo. Aspectos relativos a las actitudes sobre el desarrollo del turismo.

Aspectos relativos a las actitudes sobre el desarrollo del turismo	De acuerdo	Indiferente	En Desacuerdo	Total
Yo apoyo el turismo local	89,2%	8,4%	2,4%*	100,0%
El desarrollo del turismo regional contribuye con más ventajas que desventajas	77,3%	14,2%	8,5%	100,0%
Apoyo con las dudas a los turistas que vienen a la región	73,8%	5,4%*	20,7%*	100,0%
Estoy satisfecho con la actual situación del desarrollo turístico regional	39,2%	21,3%*	39,5%	100,0%

(*) La estimación de personas en esta proposición 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, Noviembre de 2017.

De forma complementaria a las opiniones y actitudes, se indagó respecto a la valoración que los residentes tienen con el patrimonio natural y cultural de la región. Respecto a ello, casi todos los informantes están de acuerdo con *el que patrimonio de la región debe ser protegido* (98%). En una proporción un poco menor dicen conocer las costumbres de la región (91,4%); y más de tres cuartos declaran participar activamente en la protección del patrimonio cultural de la región en su vida diaria (76,1%) (Tabla 52).

El medio ambiente de la región por su parte, es un patrimonio con el que también tres cuartos de los entrevistados dice ayudar a su protección en su vida diaria (75,9%), mientras que 17,7% no está de acuerdo con ser parte de las acciones cotidianas de protección del medio ambiente.

Del patrimonio natural y cultural de la región, parece ser la historia el aspecto más lejano para sus residentes, ya que 55,3% afirma conocer la historia de la región, mientras que un 27,7% no la conoce, o es indiferente a tal proposición (17%) (Tabla 52).

Tabla 52. Porcentaje de informantes según opinión expresada frente a proposiciones relacionada con el turismo. Aspectos relativos a la conservación natural y cultural de la región.

Aspectos relativos a la conservación natural y cultural de la región	De acuerdo	Indiferente	En Desacuerdo	Total
El patrimonio cultural de la región debe ser protegido	98,0%	1,1%*	0,9%*	100,0%
Conozco las costumbres de la región	91,4%	4,1%*	4,5%*	100,0%
Ayudo a la protección del patrimonio cultural de la región en mi vida diaria	76,1%	12,6%*	11,3%*	100,0%
Ayudo a la protección del medio ambiente de la región en mi vida diaria	75,9%	6,4%*	17,7%*	100,0%
Conozco la historia de la región	55,3%	17,0%	27,7%*	100,0%

(*) La estimación de personas en esta proposición 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, Noviembre de 2017.

Para terminar el análisis de la subjetividad que el residente regional construye entorno al turismo, es interesante observar que casi todas las personas (98,9%) afirman que recomendaría a otra persona hacer turismo en la región de Aysén (Tabla 53).

Tabla 53. Porcentaje de informantes que recomendaría a otra persona visitar la región de Aysén.

Recomendaría la región	Porcentaje
Si	98,9%
No	1,1%
Total	100,0%

(*) La estimación de personas 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, Noviembre de 2017.

4. NOTAS METODOLÓGICAS

4.1. BASE DE DATOS

El estudio de demanda turística de residentes de la Región de Aysén tiene como producto principal una base de datos cuya estructura se compone de 1439 casos en fila, y 306 variables en columna.

Esta base de datos tiene la particularidad de reunir los atributos de tres unidades de análisis⁷ diferentes: personas, hogares y grupo de viaje. Estas unidades de análisis cuentan con información diferente según la naturaleza de las preguntas del cuestionario, por lo que se deberá poner especial atención al momento de hacer un nuevo procesamiento, teniendo en consideración qué variables corresponden a un atributo de persona, a un atributo del hogar, o a un atributo del grupo de viaje (Ilustración 1). A saber:

- i) La serie de variables A, que corresponde a las preguntas de la Tarjeta de Registro del Hogar (TRH), son atributos exclusivos de las personas que integran ese hogar.
- ii) La serie de variables B, son atributos solo de las personas del hogar que hicieron algún viaje por la región de Aysén. Esto significa que para las personas que no viajaron las celdas de esta sección tienen asignado un valor ausente (-98).
- iii) Las variables de la Sección C, describen en sus columnas a las personas que hicieron algún viaje por Chile, fuera de la Región de Aysén. Igualmente, como en la sección anterior, solo cuentan con información válida las personas del hogar que hicieron estos viajes.
- iv) En la sección D, al igual que en las dos anteriores, la información está presente solo para las personas que hicieron algún viaje fuera de Chile.
- v) La sección apunta a recoger información acerca de lo que ocurrió en la vivienda en la temporada alta, en términos de ver si alojaron personas que no son integrantes del hogar o no. Por lo tanto, esta sección tiene como unidad de análisis el hogar, y el dato está presente en la fila de la persona que hace de informante para este estudio.
- vi) En la sección F en cambio, en su diseño está dirigida exclusivamente a las personas de 15 años y más, ya que se le consulta acerca de su ocupación. De esta forma, la unidad de análisis es persona, con la característica de edad señala.

⁷ Se entiende por unidad de análisis aquella que es objeto o sujeto de quien estudia un fenómeno determinado. Se distingue de la unidad de información porque es común que una persona entregue información de sí mismo, de otra persona, o de algún objeto, y que no necesariamente sea también la unidad de análisis. En los estudios de SITUR siempre hay un informante como unidad de información, pero hay múltiples unidades de análisis según el estudio, que pueden ser personas, hogar, grupo de viaje, o empresas, como es el caso del Estudio de Oferta.

- vii) En la última serie de variables que aborda opiniones y actitudes acerca del Turismo Regional (Sección G), la unidad de análisis es persona, por lo que el dato está asignado a quien sirvió de informante en esta sección.

Ilustración 1. Síntesis de unidades de análisis presentes en la estructura de la Base de Datos del Estudio de Demanda en Viviendas Temporada Alta 2017.

Sección	Unidad de análisis			Conjuntos y subconjuntos de casos
	Hogar	Persona	Grupo de viaje	
Sección A: Características integrantes del hogar	-	Atributos de todas las personas del hogar	-	Todas las personas (N=1493)
Sección B: Viajes por la región de Aysén	-	-	Atributos de las personas que conformaron el grupo de viaje.	Sólo si A.7=1
Sección C: Viajes por Chile, fuera de la región de Aysén	-	-	Atributos de las personas que conformaron el grupo de viaje.	Sólo si A.9.1=1
Sección D: Viajes fuera de Chile	-	-	Atributos de las personas que conformaron el grupo de viaje.	Sólo si A.9.2=1
Sección E: Visitas recibidas	Atributos del hogar	-	-	Todos los hogares, información en fila de informante (N=497)
Sección F: Mercado laboral en turismo	-	Atributos solo de las personas de 15 años y más	-	Solo si en A.3>=15
Sección G: Opinión acerca del Turismo Regional	-	Atributos del informante	-	Todos los hogares, información en fila de informante (N=497)

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Las bondades de una base de datos con esta complejidad es que se cuenta con información no solo de la persona que sirvió de informante de la encuesta, sino de las personas que componen el hogar que representa, y de las actividades que desarrollaron en Temporada Alta 2017; y del hogar en el ámbito de la vivienda.

Siguiendo con la estructura de la bases de datos, es relevante agregar que las variables se organizan por sección de acuerdo al orden que presentan las variables en el cuestionario (en Anexo). Cada variable fue nombrada con un nombre que inicia con la letra de la sección a la que corresponde.

Se incluye en la base de datos, además de las variables recopiladas a través del cuestionario, una serie de variables auxiliares que sirven al análisis de las primeras. El diccionario de variables que se presenta en anexos detalla cada una de las variables indicado nombre y categorías.

No existe en la base de datos celdas vacías, puesto que cada vez que una persona encuestada no respondió a la pregunta planteada se le asignó a la celda el valor -99, y cada vez la pregunta no debía ser respondida el valor asignado fue -98. También se incluye un valor -97 específicamente cuando en las preguntas referidas al gasto en viajes, el informante declaró algún monto que, en relación a la distribución de la variable, surgía como un dato atípico.

Por último se sugiere, para el adecuado tratamiento de la información, tener en consideración los filtros aplicados en las diferentes preguntas. Para esa función, el cuestionario es el instrumento básico que orientará el procesamiento de esta base de datos (en Anexo). 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 existen como consecuencia de la utilización de una parte de la población para estimar características de todo el conjunto poblacional. Sin embargo, 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 otros⁸. 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 54 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.

⁸ Ver "Encuesta Suplementaria de Ingresos (ESI) Manual Conceptual y Metodológico", Junio 2017, Instituto Nacional de Estadísticas – Chile.

Tabla 54. 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.

4.3. INFORMANTE, INTEGRANTES DEL HOGAR Y GRUPO DE VIAJE

En los resultados presentados en este documento, hay algunas tablas que resumen información referida la persona que sirve de informante de la encuesta, y otras tablas que contienen información que describen a las personas que integran el hogar. Esto gracias a que el cuestionario fue diseñado para, a través del informante, conocer algunas características de los demás integrantes.

Considerando esto, y tal como se expuso en el apartado 4.1. BASE DE DATOS, será relevante para procesamientos futuros tener claridad respecto a la unidad de análisis que se utiliza para la descripción del fenómeno. Una posibilidad sería dejar de hablar de “informante”, y hacer referencia directa al conjunto de personas que integran el hogar, o bien al conjunto de personas que componen el grupo de viaje.

Esta nueva unidad de análisis “grupo de viaje”, aunque sin factores de expansión adecuados para una construcción de parámetros poblacionales, entrega información que, en términos analíticos, puede enriquecer la 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

La Encuesta en Vivienda fue recogida entre los meses de Mayo y Julio del año 2017; por lo tanto, para efectos de cálculo de gastos, las personas tanto chilenas como extranjeras declararon su consumo en pesos chilenos. Entre quienes declararon gasto, se considera el monto en pesos chilenos nominales considerando los meses de referencia. Por lo tanto, los diferentes gastos se expresan en términos nominales considerando el periodo de levantamiento enero a marzo del 2017.

Para el cálculo de gasto promedio por turista, se presentan la medición del promedio de gasto por persona que realizó algún viaje pernoctando en la región de Aysén o fuera de ella. Esta medición incluye tanto a personas que realizan un gasto específico, como entre quienes no realizan un gasto en dicho ítem. Una medición complementaria, restringe el cálculo del gasto promedio sólo para aquellas personas que realizan algún gasto en cada uno de los ítems.

Entre las personas que viven en la región de Aysén y que viajan dentro de la región, un 39,6% realiza algún gasto en alojamiento, con un promedio diario de \$8.269 por persona. Mientras que entre quienes realizaron un gasto en alimentación, que corresponde al 85,4% de los viajeros, el consumo promedio diario por persona fue de \$5.186. Además, entre quienes realizaron un gasto en transporte, que corresponde al 86,7% de los viajeros, el consumo promedio diario por persona fue de \$4.940. En menor proporción, un 7,1% de los turistas realizan algún gasto en agencia de viajes, operadores o guías de turismo, con un consumo promedio diario de \$3.834.

Por otro lado, un 26,2% de los turistas realiza algún gasto en actividades turísticas, y entre quienes realizan algún gasto en este ítem, destinan un promedio diario de \$2.387. Entre quienes realizaron algún gasto en consumo, gastaron en promedio diariamente \$6.669, correspondiendo a un 58,2% de los viajeros. Además, un 14,3% de los turistas realiza algún gasto en bienes y servicios culturales durante su viaje, con un consumo diario promedio de \$1.732. Finalmente, un 12,7% de las personas que viajan dentro de la región, realizan otros gastos, destinando un promedio diario por persona \$2.922 (Tabla 55).

Respecto al gasto promedio diario, el monto promedio diario por persona alcanza los \$18.229 pesos chilenos (Tabla 56).

Tabla 55. Gasto promedio diario por persona en viajes en Aysén, según ítem.

Ítem	Proporción(*)	Gasto en pesos (**)
Alojamiento	39,6%	\$ 8.269
Alimentación	85,4%	\$ 5.186
Transporte	86,7%	\$ 4.940
Agencia de viajes/Operadores de viajes/guías de turismo*	7,1%	\$ 3.844
Actividades turísticas*	26,2%	\$ 2.387
Comercio / consumo*	58,2%	\$ 6.669
Bienes y servicios culturales	14,3%	\$ 1.732
Otros	12,7%	\$ 2.922

(*) Proporción de turistas que presentan gastos no nulos, respecto al total de personas que declararon realizar un viaje dentro de la región de Aysén

(**) Pesos chilenos nominales para el periodo enero-marzo 2017.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

Tabla 56. Gasto promedio diario por persona en viajes en Aysén**.

Gasto promedio diario por persona, al final del viaje	\$18.229
--	-----------------

(**) Pesos chilenos nominales para el periodo enero-marzo 2017.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Noviembre de 2017.

4.5. MOTIVOS DE VIAJE

Para conocer la motivación del turista para visitar la región de Aysén, en el cuestionario se le pidió al informante que nombrara uno o 2 razones por las que estaba allí, y que además las jerarquizara donde el primer motivo era el más importante, y el segundo mencionado sería el menos importante. Por lo tanto, en la base de datos existen 2 variables referidas al motivo, a saber:

- A.10.1. ¿Cuál fue el principal motivo de su viaje? PRINCIPAL MOTIVO
- A.10.2. ¿Cuál fue el principal motivo de su viaje? MOTIVO 2

La mayor parte de los informantes respondieron 1 motivo, pero hay quienes seleccionaron 2.

Para el procesamiento de esta pregunta, se calculó la frecuencia relativa para el principal motivo donde el número de casos procesados corresponde a la cantidad de casos disponible en el interior de cada columna. Esto con el objeto de mantener la jerarquización solicitada al informante.

Se hace esta aclaración para orientar al analista de estos datos advirtiéndole que ciertamente sería una pérdida de información si un nuevo procesamiento se realizara bajo el criterio “el motivo más nombrado”, donde el N correspondería al número de menciones y no al informante.

4.6. REGIONALIZACIÓN NACIONAL VIGENTE

La referencia temporal de estudio son los meses de enero y febrero de 2017. En ese período 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.

Se sugiere tomar en consideración los cambios en la división administrativa nacional para próximas observaciones, especialmente para el procesamiento de datos que en este informe se presentan en Tabla 35 y que refieren a la procedencia de los turistas nacionales.

5. CONCLUSIONES

El estudio de Demanda en Viviendas, entrega importante información del comportamiento turístico de las personas que habitan en Aysén durante la temporada alta 2017, acerca de sus características sociodemográficas, las actividades y hábitos de consumo que desarrollan durante los viajes por la región, y las percepciones y opiniones que construyen respecto al turismo.

La riqueza de esta información radica en el levantamiento de información primaria; es decir, la proximidad establecida con las personas residen en la región, y que accedieron a abrir las puertas de su vivienda para responder cada una de las preguntas del estudio. Esto, para que tanto actores públicos como privados cuenten hoy una base de datos actualizada que, sin duda, les servirá para orientar sus decisiones de forma estratégica entorno al desarrollo del turismo regional.

En este sentido, y más allá de los resultados específicos que se pueden observar en cada uno de los cuadros del apartado de resultados, resulta importante precisar en algunos aspectos importantes de considerar para la etapa de análisis e interpretación de la información.

A un nivel metodológico

Como en cualquier estudio estadístico, es fundamental que los análisis que se hagan de la información supere el uso de promedios, incorporando niveles de procesamiento en concordancia con el tipo de análisis que se busca y las preguntas a las que se quiere dar respuesta. Particularmente, un estudio que defina un perfil del turista, su comportamiento de gasto o tiempo de estadía, deberá considerar la multidimensionalidad del fenómeno, incorporando nuevas categorías de análisis, sin apresurar generalizaciones. Un ejemplo de ello, es el tratamiento de variables estratégicas como estadía promedio o cuantificación del gasto que, si bien entregan información rápida y resumida de ambos aspectos en forma de promedios, podrían esconder matices relevantes para la comprensión del fenómeno. En este caso, un análisis por categoría, con límites más acotados, podría resultar más pertinente.

Coherentemente con la importancia de avanzar en la desagregación de la información, será relevante reflexionar hasta donde se puede desagregar sin perder calidad en la información. Para ello se recomienda considerar los coeficientes de variación y las notas metodológicas que en este informe se incluyen.

Antes de generar conclusiones específicas de algunos de los resultados que se puedan presentar en alguna de las tablas presentadas, es recomendable tener un panorama general de los distintos tabulados y ver cómo, de una perspectiva integrada, pueden dar mejor cuenta de un determinado fenómeno. En particular existen variables y tabulados asociados, que demandan de una comprensión

específica del planteamiento de la pregunta en el cuestionario, considerando la complejidad para entender ciertos fenómenos complejos (tema de las agencias de viaje por ejemplo). En este contexto, es fundamental para los analistas comprender la estructura y la lógica del cuestionario.

Relacionado a lo anterior, no se debe perder de vista que el presente estudio entrega información de los residentes de la región cuando cumplen su rol de turistas; sin embargo, para un análisis completo de la demanda turística o del turismo –tanto receptivo como emisor-, se deberá considerar los estudios de flujo y demanda en establecimientos de alojamiento turístico desde una perspectiva de triangulación de fuentes de información y de unidades de análisis.

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

El Estudio de Vivienda para ambas temporadas del año 2017, contiene nuevas dimensiones de análisis que complementa y enriquece los datos entregados por el Observatorio 2012, permitiendo algunas comparaciones, pero especialmente abriendo nuevas posibilidades de análisis en lo referente a los viajes con origen en la región y con destinos intrarregionales, nacionales e internacionales, por un lado; y por otro, información que permite indagar en los impactos del turismo regional en sus propios residentes tanto en mercado laboral, como en opiniones y actitudes frente al turismo receptivo como experiencia subjetiva.

Comparativamente con la temporada 2013, se observa un aumento de diez puntos porcentuales en el número de hogares que recibieron visitas en temporada alta. Este dato es complementario con el Estudio de Demanda en Puntos de Flujo de Turistas, que relevó un 35,1% de turistas que utilizaron como principal servicio de alojamiento la casa de familiares o amigos.

En términos de gasto, resulta complejo efectuar alguna comparación directa sin tener presentes aspectos metodológicos de cada medición y de los tabulados generados, porque ciertamente, la observación de temporada alta 2017 releva información no sólo de los viajes y gastos hechos por el informante idóneo, si no de todas las personas del hogar que hicieron algún viaje en los meses de referencia.

En este sentido, se debe enfatizar que, el tener dos mediciones en un intervalo temporal de 5 años, entrega oportunidades importantes para realizar algunos análisis comparados, sin embargo, considerando que en la presente edición se generaron cuestionarios más complejos para capturar los diferentes fenómenos socioeconómicos del sector, en muchos casos se deberá reconstruir la

información para utilizar los mismos parámetros antes de analizar los resultados desde una perspectiva comparada.

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) ⁹
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.

⁹ 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 horas¹⁰.

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.)¹¹.

10 Glosario de Turismo SERNATUR, Departamento de Planificación

11 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).

¹² 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).