



TEMPORADA ALTA  
2019

# Levantamiento de Información NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA

EXPERIENCIA PILOTO





Quiénes aplicaron encuestas e hicieron posible  
que la localidad de Chile Chico tenga resultados  
en esta experiencia piloto...

Diego Cárcamo

Carolina Orellana





#### **SERNATUR REGIÓN DE AYSÉN**

21 de Mayo # 555, Coyhaique, Chile

T: +56 (67) 22 31 752

<https://www.aysenpatagonia.cl>

**Fecha de Publicación:** Noviembre 2019

**Documento elaborado por:**

PROGRAMA FNDR-PEDZE SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA REGIONAL.

**Sitio Web:** <https://www.aysenpatagonia.cl/estadisticas>

**Teléfono:** +56 (67) 22 40 287

**Fotografías otorgadas por:**

PROGRAMA FNDR TRANSFERENCIA PARA LA PROMOCIÓN Y MARKETING DEL DESTINO AYSÉN. CÓDIGO BIP 30457124-0.

**Dirección Regional:**

SERNATUR AYSÉN

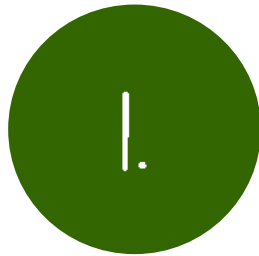
21 de Mayo # 555, Coyhaique, Chile



# ÍNDICE

<b>1   MODELO DE TRABAJO</b>	<b>01</b>
1.1. EL MODELO	02
1.2. PROPUESTA DE TRABAJO	03
1.3. CÓMO SE LEVANTA Y PROCESA LA INFORMACIÓN	04
<b>2   PRINCIPALES ANTECEDENTES DEL PROCESO</b>	<b>05</b>
2.1. EL PROCESO	06
<b>3   CUÁL ES EL PERFIL Y CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE DE LOS TURISTAS ENTREVISTADOS</b>	<b>07</b>
3.1. PERFIL ENTREVISTADOS	08
3.2. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE	09
<b>4   CÓMO FUE PERCIBIDA POR LOS TURISTAS LA EXPERIENCIA TURÍSTICA EN LA LOCALIDAD</b>	<b>11</b>
4.1. DIMENSIONES Y ESCALA DE RESULTADOS	12
4.2. LA EXPERIENCIA EN LA LOCALIDAD DE CHILE CHICO	13
4.3. SERVICIO DE ALOJAMIENTO	15
4.4. SERVICIO DE ALIMENTACIÓN	17
4.5. ARTESANÍA	19
4.6. SERVICIO DE TRANSPORTE	21
4.7. ACTIVIDADES TURÍSTICAS REALIZADAS EN/DESDE CHILE CHICO	23
4.8. EXPECTATIVAS/EXPERIENCIA	27
4.9. VOLVERÍA A LA REGIÓN/RECOMENDACIÓN	28
<b>5   APRENDIZAJES DEL PROCESO EN CHILE CHICO</b>	<b>29</b>





# Modelo de Trabajo.....

El levantamiento Piloto de Satisfacción del Turista, tiene como sentido transformarse en un **instrumento de gestión local**, que permita proveer información **en tiempo real** a los **empresarios(as) locales** y sus **respectivos municipios**, respecto al **nivel de satisfacción de los turistas** durante su visita a sus localidades y el entorno, permitiendo **tomar decisiones de mejora** mientras transcurre la temporada de turismo.

El **modelo de trabajo** propuesto por el equipo de profesionales del SITUR, está condicionado a una **participación activa** de los empresarios(as) locales del turismo e idealmente de los respectivos municipios. Con esto, relevamos como factor principal **el compromiso de los agentes locales** de desarrollo turístico en la apropiación de este instrumento, en pos de mejorar la gestión de sus empresas y la experiencia del turista en sus localidades.

# 1.1. EL MODELO

**1. Involucrar en Proyecto**  
Socializar con los actores claves los sentidos del proyecto. Acoger sus inquietudes y promover formas claras de participación y trabajo conjunto.



**2. Definir**  
Hacer un análisis participativo breve del contexto territorial y definir el sentido y alcances del proyecto para la localidad.



**3. Diseñar**  
Consentimiento previo libre e informado para construcción participativa de Instrumentos de Investigación (Encuestas) para aplicar y levantamiento de Información.



**4. Implementar**  
Alianzas y formación de capacidades. Ejecución de Proyecto (aplicación instrumentos y levantamiento de información) y Monitoreo de iniciativas



**6. Compartir y Adaptar**  
Uso de Canales e Instancias adecuados de comunicación.

Retroalimentación participativa sobre proceso.



**5. Recopilar y Analizar**  
Análisis de la Información Recopilada, según los requerimientos definidos



**ESTÁNDARES DE TRABAJO**

PROGRAMA SISTEMA DE INFORMACIÓN  
TURÍSTICA REGIONAL

PROYECTOS PILOTOS LOCALES



## 1.2. PROPUESTA DE TRABAJO



1° ACTORES INTERESADOS EN IMPLEMENTAR INSTRUMENTO DE SATISFACCIÓN TURÍSTICA PARA GESTIÓN LOCAL.

2° QUE EL TERRITORIO DONDE APLICAR EL INSTRUMENTO, A LO MENOS CUENTE CON; SERVICIO DE ALOJAMIENTO, ALIMENTACIÓN Y EXCURSIONES O ACTIVIDADES QUE NAZCAN DESDE EL LUGAR.



3° SE DEFINEN CON LOS ACTORES PARTICIPANTES LOS SENTIDOS DEL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN RESPECTO LA SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS; LA PROPUESTA DE TRABAJO; EL MODELO DEL PILOTAJE Y; LOS ROLES Y RESPONSABILIDADES.



4°  
a. CONSTRUCCIÓN CONJUNTA DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN (ENCUESTA).  
b. CONSTRUCCIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN EN APLICACIÓN MÓVIL.  
c. TALLER; TÉCNICA PARA APLICAR ENCUESTAS



5°

a. APLICAR LAS ENCUESTAS CON APLICACIÓN MÓVIL Y EN PAPEL  
b. DIGITAR LAS ENCUESTAS APLICADAS EN PAPEL.



6°

PROCESAR INFORMACIÓN Y GENERACIÓN DE REPORTE.



7°

REPORTE Y TALLER DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN CON LOS ACTORES INVOLUCRADOS.

Hemos avanzado hasta aquí



8°

ANÁLISIS Y COMPROMISOS LOCALES PARA MEJORA DE LA GESTIÓN LOCAL Y EMPRESARIAL.

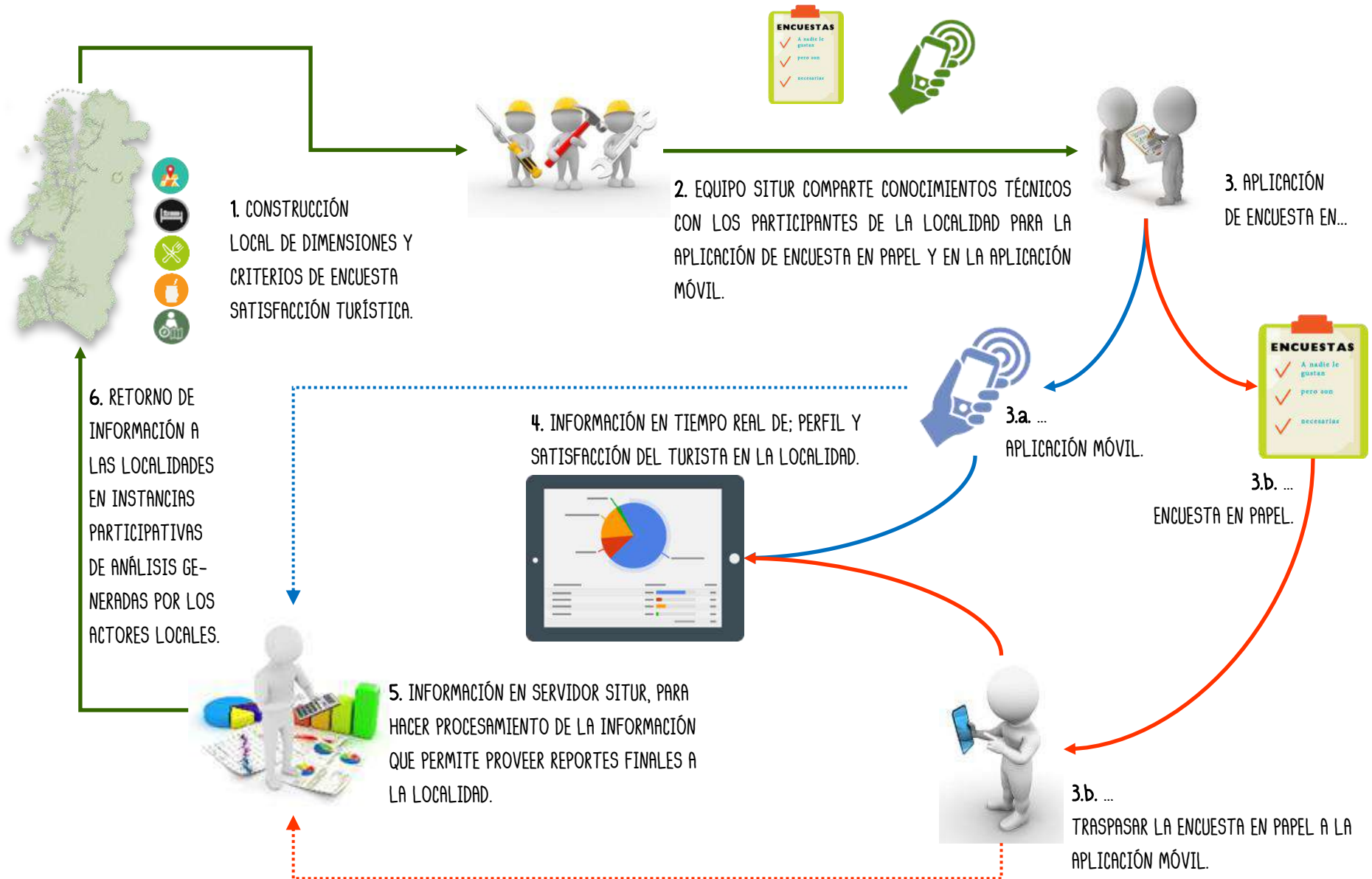


DIFUSIÓN PÚBLICA DE LA EXPERIENCIA.





# 1.3. CÓMO SE LEVANTA Y PROCESA LA INFORMACIÓN...





2.

Principales  
antecedentes del proceso.....

2.1.

## EL PROCESO

2

TALLERES EN LA LOCALIDAD

15

PERSONAS PARTICIPAN DEL PROCESO

65

ENCUESTAS

El trabajo de los empresarios y empresarias de la localidad de Chile Chico y el equipo de Profesionales del Sistema de Información Turística, se inició el 08 de Agosto de 2018, con le objetivo de levantar información respecto a la nivel de satisfacción de la experiencia turística de quienes visitarían la localidad de Chile Chico en la temporada alta 2019.

Las 15 personas que participaron, cumplieron con uno o más compromisos adquiridos;

- Construcción de las dimensiones y criterios a evaluar de la satisfacción de los turistas.
- Informarse como funciona la encuesta en aplicación móvil.
- Aplicación de encuestas en papel y de forma digital.

En el proceso **temporada alta 2019**, la informadora turística Sernatur y encargado provincial Sernatur, lograron aplicar **65 encuestas en el período desde el 15 de febrero al 5 de abril de 2019**, permitiendo obtener una aproximación al la opinión de los turistas respecto a su visita a la localidad de Chile Chico. Los resultados son plasmados en este Reporte de Temporada.



**TALLER 1:**  
REGLAS DEL JUEGO  
CONSTRUCCIÓN VARIABLES

**TALLER 2:**  
CÓMO APLICAR ENCUESTAS  
-BAJA ASISTENCIA-

Omar Ruiz  
*Administrador Municipal*

Fidelina Roco  
*Empresaria*

Gerardo Quintana  
*Empresario - LosAntiguos*

Sandra Hernández  
*Empresaria*

Ricardo Gallardo  
*Empresario*

Patricio Garnica  
*Empresario*

Pamela Aguilar  
*Empresaria*

Sebastián Haro  
*Programas Sociales Sernatur-*

Verónica Raty  
*Empresaria*

Katherine Muñoz  
*Empresaria*

Laura Maureira  
*Empresaria*

Juan Cordero  
*Empresario*

Carolina Orellana  
*Informadora Turística SERNATUR*

Diego Cárcamo  
*Encargado SERNATUR*

Alejandro Sanhueza  
*Encargado Turismo Municipal*





3.

Cuál es el perfil y

**característica del viaje**

de los (as) turistas entrevistados.....

3.1.

PERFIL ENTREVISTADOS

### Edad y Género

Los turistas entrevistados que indicaron su edad, promedian los 35 años de edad. En segundo orden de parámetros de edad, los turistas tienen entre 40 a 49 años de edad (14%).

23 a 39

Años



54%

46%

Masculino

### Procedencia

Los turistas nacionales entrevistados en Chile Chico, proceden de las regiones; Antofagasta, Valparaíso, Región Metropolitana, O'Higgins, Maule, Bío Bío, Araucanía, Los Ríos, Los Lagos, Aysén y Magallanes.

51%

Chilenos



49%

Extranjeros



### Argentina

Buenos Aires

Chubut

La Pampa

Mendoza

Neuquén

Salta

### Otros

Australia

Israel

### Europa

Francia

Bélgica

Rumania

Alemania

Suiza

Rusia

### América

Brasil

Uruguay

Colombia

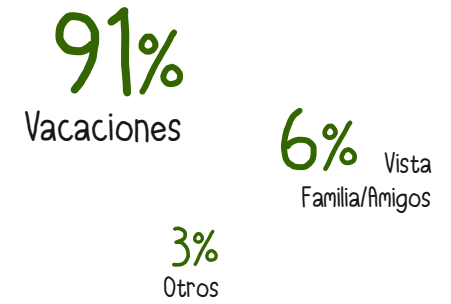
Canadá



3.2.

## Motivo

La motivación principal de viaje de los visitantes entrevistados en localidad de Chile Chico es **Vacaciones**.



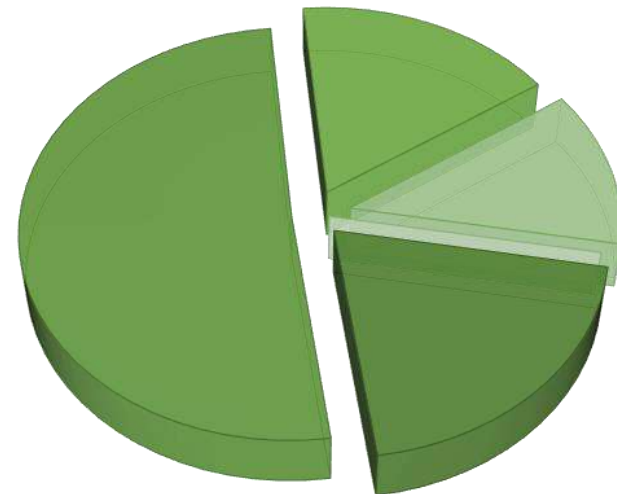
Su Grupo de Viaje principalmente está compuesto por...

51%  
Pareja

17%  
Amigos |  
Compañeros de Trabajo

12%  
Familiares

20%  
Solo (a)



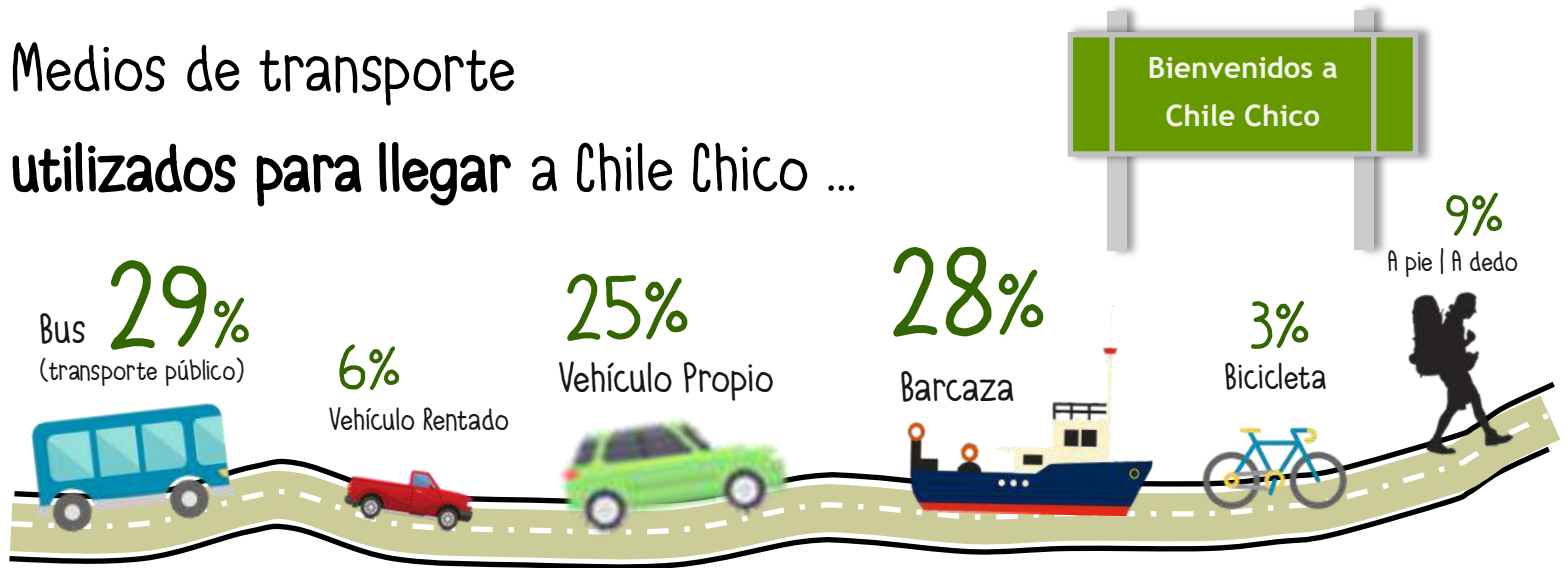
CARACTERÍSTICA DE VIAJE



3.2.

CARACTERÍSTICA DE VIAJE

Medios de transporte utilizados para llegar a Chile Chico ...



Cómo se informó de Chile Chico ...

Del 100% de los turistas entrevistados, a lo menos ...



A lo menos 8% de las personas entrevistadas indican que utilizaron otro medio de información: familiares, guías de turismo, oficinas de turismo y recomendaciones de viajeros.

35%

utilizó ...

Sugerencia de Familiares y Amigos



37%

utilizó ...

Redes Sociales



2%

utilizó ...

Agencias de Viajes



5%

utilizó ...

Revista Especializada



29%

utilizó ...

Otros medios de información en Internet





4.

Cómo fue percibida,  
por los (as) turistas entrevistados,

la **Experiencia Turística**

en la localidad ...



4.1.

NIVEL DE SATISFACCIÓN

La experiencia turística en la Localidad fue monitoreada a través de las siguientes dimensiones...

| Estructura Encuesta |

Dimensiones

- Localidad 
- Alojamiento 
- Alimentación 
- Artesanía 
- Transporte 
- Excursión 
- Recomendación 



| Satisfacción |

Experiencia Visita

La **satisfacción del turista** respecto a la experiencias vivida en la localidad, se estructura según **dimensiones y criterios** definidos por quienes participaron del Taller de construcción del instrumento de monitoreo (encuesta).



Bienvenidos a Chile Chico

| Escala Resultado |

Experiencia Visita



Muy Bueno



Bueno



Regular | Malo  
Muy Malo



No Responde  
No Aplica

4.2.

La experiencia en la **Localidad** de Chile Chico fue ...



Regular | Malo  
Muy Malo



Bueno



**Criterios Locales**



Muy Bueno



No Responde  
No Aplica

16%

43%

La hospitalidad de los residentes

35%

6%

18%

48%

La variedad de actividades turísticas

31%

3%

31%

50%

Disponibilidad de Señalética para guiar a lugares de interés turístico

14%

5%

0%

18%

Disponibilidad de información turística útil

79%

3%

20%

58%

Horario funcionamiento servicios turísticos y comercio

14%

8%

23%

42%

Conectividad Digital (conexión y rapidez internet)

26%

9%



Localidad



4.2.

## La experiencia en la **Localidad** de Chile Chico fue ...



Regular | Malo  
Muy Malo



Bueno



**Criterios Locales**



Muy Bueno



No Responde  
No Aplica

16%

35%

Contratar/Reservar servicios turísticos  
y de transporte vía internet.

9%

40%

5%

29%

Trámite en Paso Fronterizo  
(si ingresó por vía terrestre)

15%

51%

20%

34%

Disponibilidad baños públicos

31%

15%

31%

35%

Infraestructura local que facilita accesibilidad a todo  
público (personas en situación de discapacidad)

8%

26%

6%

18%

Percepción de **orden y limpieza**  
en Chile Chico

67%

9%

5%

55%

Percepción Global **Imagen Turística**  
que ofrece Chile Chico

32%

8%



Localidad



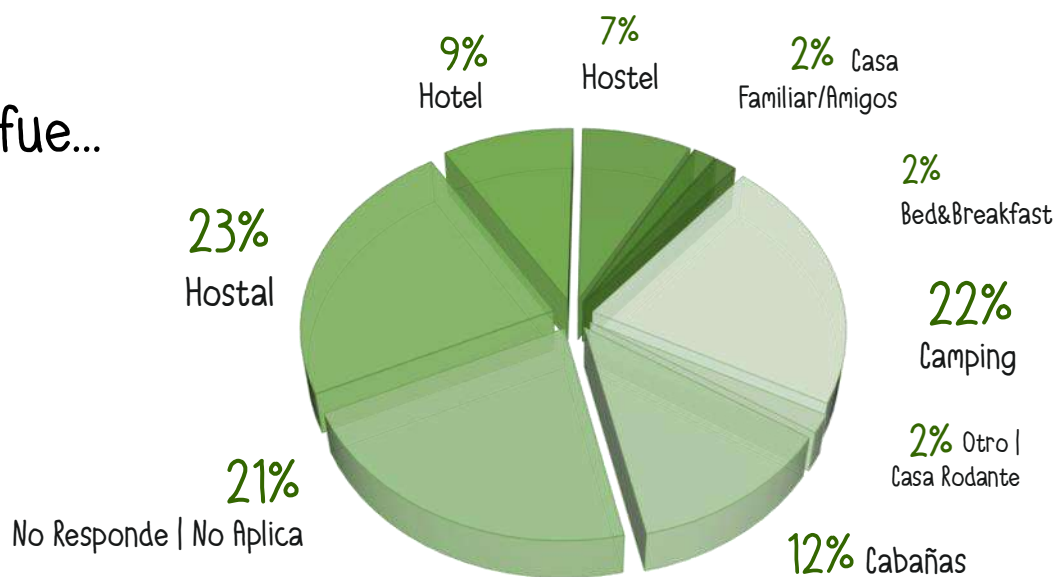
4.3.

## Servicio de Alojamiento ...

**79%** de los entrevistados, a lo menos pasaron una noche en la localidad de Chile Chico.



El tipo de Alojamiento principalmente utilizado fue...



Alojamiento



Alojamiento

## La experiencia en **alojamientos** de Chile Chico fue...



Regular | Malo  
Muy Malo



Bueno



Criterios Locales



Muy Bueno



No Responde  
No Aplica

17%

36%

La **limpieza** de habitaciones y  
baños o terreno de camping

18%

29%

17%

29%

**Calefacción** en el establecimiento  
de alojamiento

11%

43%

9%

34%

La **atención del personal** (amigable y eficiente)

28%

29%

12%

44%

Percepción del servicios alojamiento  
según **precio/calidad**

15%

29%

8%

46%

Percepción **Global** del servicio de alojamiento

17%

29%



4.4.

## Servicios de Alimentación ...

**55%** de los entrevistados, señala haber utilizado algún servicio de alimentación en localidad de Chile Chico.



El principal servicio de alimentación utilizado fue...



Alimentación

**3%**

No responde si utilizó servicio de alimentación en la localidad.



**42%**

Indica no haber utilizado el servicio de alimentación en la localidad...

"No encontré servicios abiertos"

"Por el precio (\$)"

"Cocinamos en... Camping, Hostal, Cocinilla propia"

"Acabo de llegar"

"Tiempo"

**35%**

Restaurante

**6%** Local Comida Rápida

**9%** Cafetería

**3%** En el lugar de alojamiento

**2%** Otro

**45%**

No Responde | No Aplica





Alimentación

## La experiencia en servicios de **alimentación** en Chile Chico fue...



Regular | Malo  
Muy Malo



Bueno



**Criterios Locales**



Muy Bueno



No Responde  
No Aplica

5%

31%

La condiciones de **limpieza** del  
servicio de Alimentación

17%

48%

14%

23%

Preparación de las comidas y bebidas

15%

48%

23%

28%

Variedad gastronómica  
(platos y productos)

2%

48%

11%

25%

La atención del personal (amigable y eficiente)

17%

48%

8%

43%

Percepción del servicio de alimentación  
según **precio/calidad**

2%

48%

8%

37%

Percepción Global del servicio de alimentación

6%

49%



4.5.

## Compra de Artesanía ...

74%

de los entrevistados, señala que **no compraron** Artesanía en localidad de Chile Chico.

3%

No Responde si ha comprado o no, artesanía o souvenir.



23%

Indica haber comprado artesanía o producto local (souvenir) en la localidad...

Quienes **no compraron** artesanía o productos locales (souvenir), señalaron...



38%

No encontré lugares donde comprar



6%

La artesanía no rescata características de la localidad o actividades turísticas realizada



30%

Otro motivo...

"Acabo de llegar"

"sin tiempo/aún no voy"

"No es de mi interés / no es importante / No es prioridad"

"No tenía espacio/peso para viaje"



Artesanía





Artesanía

# La experiencia comprando **artesanía** en Chile Chico fue...



Regular | Malo  
Muy Malo



Bueno



## Criterios Locales



Muy Bueno



No Responde  
No Aplica

20%

6%

Variedad de artesanía y productos locales

0%

74%

8%

17%

Artesanía y productos locales rescata características de la localidad o actividades turísticas realizadas

0%

75%

8%

15%

Percepción según precio/calidad

2%

75%

5%

3%

La información turística en la localidad, facilita donde comprar artesanía y productos locales de recuerdo

17%

75%



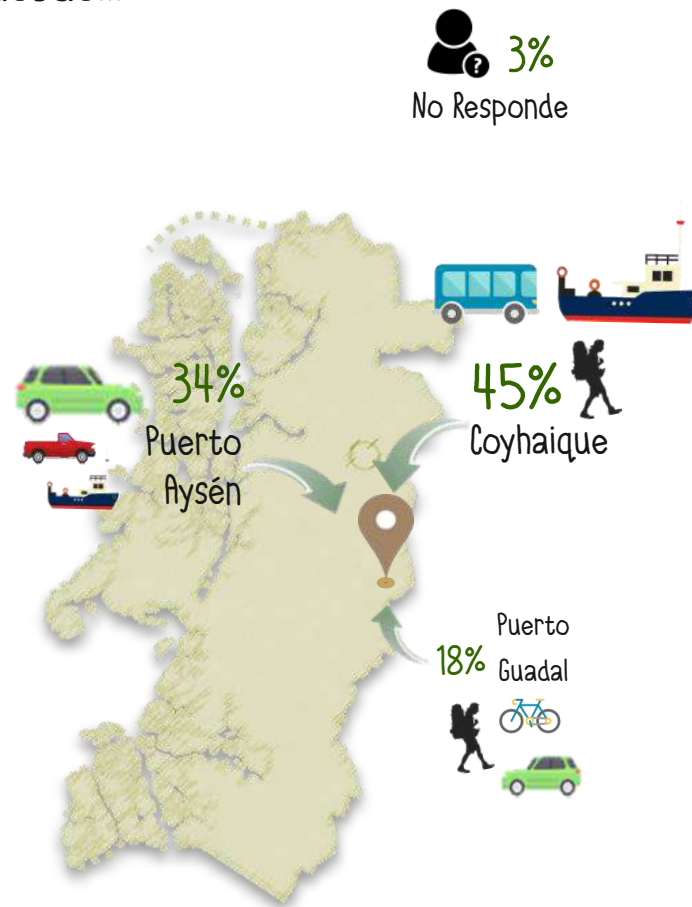
## 4.6. Servicio de Transporte ...

Los turistas entrevistados en Chile Chico venían viajando desde...



TIPO DE TRANSPORTE

-  Bicicleta
-  Transporte Público
-  Vehículo Propio
-  Vehículo Rentado
-  Barcaza



**45%**  Utilizó transporte público y evaluó su experiencia de la siguiente forma ...

**34%**    Utilizó transporte propio o rentado y evaluó su experiencia así ...



Transporte





Transporte

# La experiencia en el medio de **transporte** hacia Chile Chico fue...



Regular | Malo  
Muy Malo



Bueno



## Criterios Locales

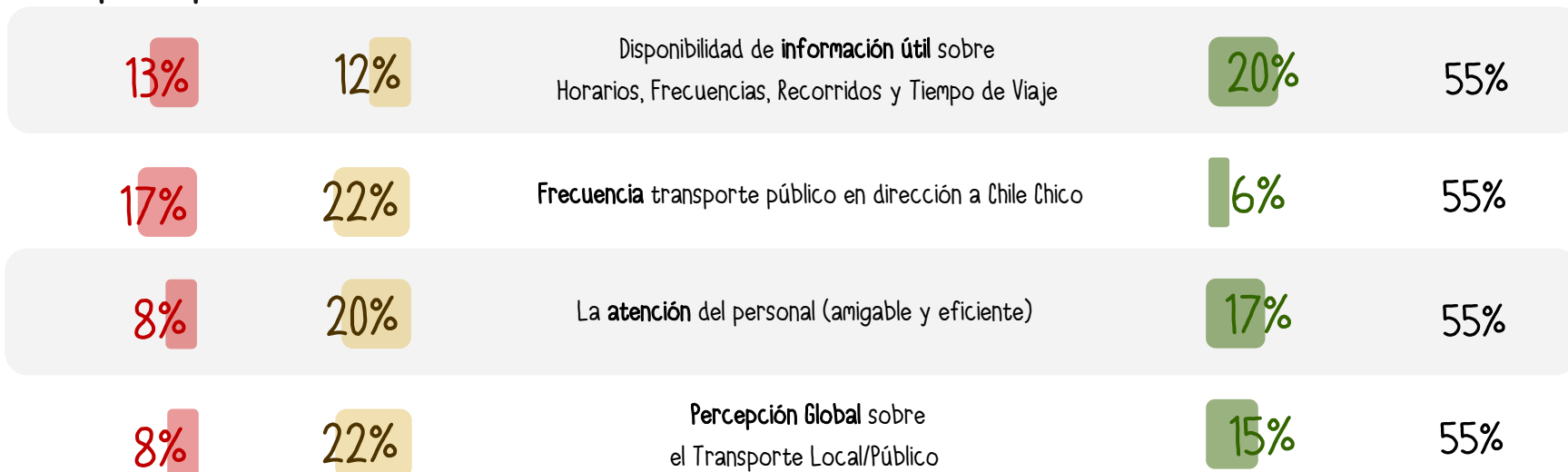


Muy Bueno

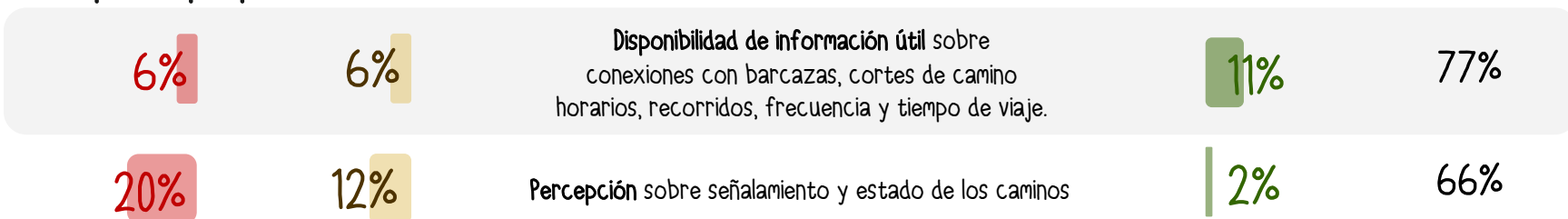


No Responde  
No Aplica

### transporte público



### transporte propio o rentado





4.7

## Las actividades turísticas realizadas en/desde Chile Chico...



Excursión

Del **100%** de los turistas entrevistados,  
a lo menos ...



**3%** Visitó  
Bahía Jara



Donde **contrató** la actividad ...

**Chile Chico**

Otro lugar de la  
Región de Aysén

Coyhaique

Qué **motivó** realizar actividad ...

Precio

**Atractivo Turístico**

El **38%** de los entrevistados **CONTRATARON SERVICIOS** y  
**evaluaron la experiencia** de las actividades según los siguientes criterios ...





Excursión

## La experiencia de las actividades turísticas en Chile Chico fue...



Regular | Malo  
Muy Malo



Bueno



Criterios Locales



Muy Bueno



No Responde  
No Aplica

6%

14%

La atención del personal (amigable y eficiente)

15%

65%

12%

20%

Facilidad para contratar la excursión

3%

65%

11%

14%

Medios de pago disponibles

11%

65%

8%

25%

Percepción según precio-calidad

3%

65%

2%

20%

Cumplimiento del itinerario descrito

14%

65%

3%

14%

Calidad del equipamiento  
para realizar la excursión

15%

65%





Excursión

## La experiencia de las actividades turísticas en Chile Chico fue...



Regular | Malo  
Muy Malo



Bueno



Criterios Locales



Muy Bueno



No Responde  
No Aplica

3%

22%

Relato y explicaciones del Guía Turístico

18%

68%

2%

14%

El guía demuestra habilidades de manejo de grupos

17%

68%

5%

6%

Dominio idioma (sí fue requerido)

2%

88%

3%

24%

Percepción seguridad durante la excursión

17%

66%

3%

15%

Percepción general sobre el servicio de excursión

17%

65%



4.8

## Nivel de Satisfacción del turista en relación a Expectativas v/s Experiencia en Chile Chico...



Criterios Locales



NO  
se Cumplieron



Cumplió  
mis Expectativas



Superó  
mis Expectativas



No Responde  
No Aplica

¿De acuerdo a sus **expectativas** que tan satisfecho quedó con su visita?

3%

76%

15%

6%



\*La escala de Likert utilizada, permitió a los encuestados(as) evaluar de nota 1 a 5, donde; 1 *NO cumplió Expectativas*, 3 *Cumplió Expectativas* y 5 *Superó Expectativas*. Para efectos de la Gráfica en el reporte, se considera; NO cumplió Expectativas (respuestas nota 1 y 2), Cumplió Expectativas (respuesta nota 3 y 4) y Superó Expectativas (respuestas nota 5).





4.9

## Disposición del turista para volver a visitar y recomendar Chile Chico...



**Criterios Locales**



Definitivamente  
NO



Posiblemente



Definitivamente  
SI



No Responde  
No Aplica

Califique su disposición a  
visitar de nuevo este destino  
turístico en el futuro

0%

41%

55%

3%

Usted recomendaría  
a sus amigos o familiares,  
visitar este destino turístico

0%

36%

62%

3%

\*La escala de Likert utilizada, permitió a los encuestados(as) evaluar de nota 1 a 5, donde; 1 *Definitivamente NO*, 3 *Posiblemente* y 5 *Definitivamente SI*. Para efectos de la Gráfica en el reporte, se considera; Definitivamente NO (respuestas nota 1 y 2), Posiblemente (respuesta nota 3 y 4) y Definitivamente SI (respuestas nota 5)





5.

## **Aprendizajes** del proceso de levantamiento de información en Chile Chico ...



## Responsabilidad del Equipo SITUR...

En el desafío de utilizar la innovación de una aplicación móvil, el SITUR pudo cumplir con generar la APP móvil para ser utilizada en la localidad, pero no alcanzó a generar los reportes en tiempo real, situación que se pudo resolver finalizando el proceso de aplicación de encuestas.



## Del proceso en la localidad...

Chile Chico principalmente tiene resultados producto a los profesionales Sernatur presentes en la localidad. Sin embargo, es necesario indagar las condiciones y situaciones que presentan los empresarios y empresarias locales (que participaron de a lo menos el 1er taller) que haya dificultado o desmotivado el levantamiento de información.

En la posibilidad de **aplicar nuevamente el levantamiento de información** en Chile Chico y con el objetivo de tener información en tiempo real, **se debe evaluar si es interesante utilizar este instrumento de gestión local para los empresarios locales.**



## Del levantamiento de información...

Tan solo la Informadora Turística Sernatur y el Encargado Provincial Sernatur aplicó encuestas (digitales APP móvil).



## Para mejorar el proceso...

Para avanzar en la captación de datos, a partir de la presentación del Reporte, se espera transmitir la potencial utilidad de esta herramienta de Gestión local, que releve la importancia de la participación de empresarios(as) locales en el rescate de datos para la próxima temporada de turismo.



## Para cerrar la implementación de la experiencia piloto Temporada Alta 2019...

Posterior a la entrega de este reporte, queda a disposición de los empresarios, empresarias y el municipio generar un espacio de conversación respecto a la temporada alta de turismo. Los profesionales del Programa Sistema de Información Turística Regional, tal como fue definido en el inicio de esta experiencia, queda comprometido a participar y aportar al análisis local en turismo.

Es importante clarificar que sin el análisis con la comunidad local de estos datos, la evaluación de la temporada alta de turismo en Chile Chico se encuentra incompleta.



# CHILE CHICO

EXPERIENCIA LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN  
NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA



Programa Sistema de Información Turística Regional

| SITUR |



DUDAS O CONSULTAS ESCRIBENOS A:

evasquezb@sernatur.cl  
vescarate@sernatur.cl  
rrivera@sernatur.cl  
vcerda@sernatur.cl



TELÉFONO DE CONTACTO:

LUNES A JUEVES | 8.30 A 17.30  
VIERNES | 8.30 A 16.30  
**+56 67 224 02 87**



NUESTRA OFICINA ESTÁ UBICADA EN:  
21 DE MAYO #555, 3er PISO  
COMUNA DE COYHAIQUE



SIGUENOS EN:

**Twitter:** @situraysen  
**Web:** [www.aysenpatagonia.cl/  
estadisticas](http://www.aysenpatagonia.cl/estadisticas)