

# Villa O'Higgins

Territorio Glaciares

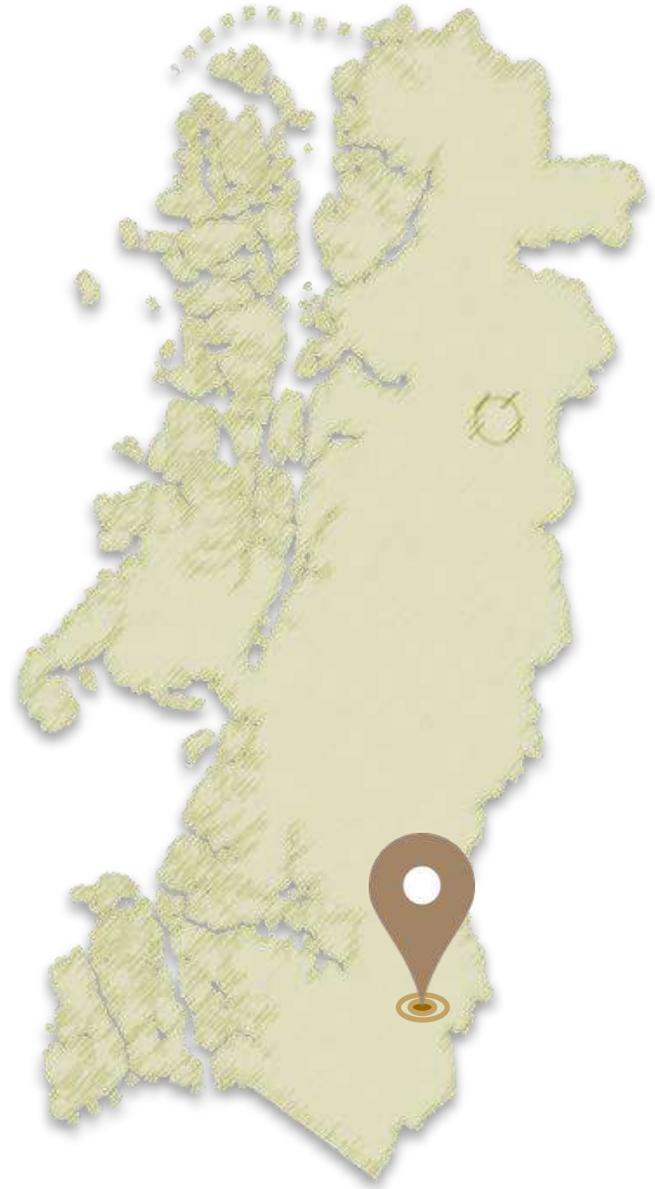
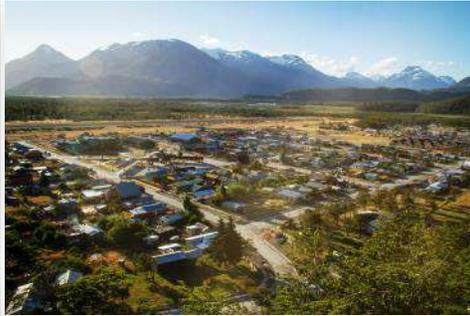


TEMPORADA ALTA  
2019

Levantamiento de Información  
NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA

EXPERIENCIA PILOTO









**Chile**  
en marcha



#### **SERNATUR REGIÓN DE AYSÉN**

21 de Mayo # 555, Coyhaique, Chile

T: +56 (67) 22 31 752

<https://www.sernatur.cl>

**Fecha de Publicación:** Junio 2019

#### **Documento elaborado por:**

PROGRAMA FNDP-PEDZE SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA REGIONAL.

**Sitio Web:** <https://www.situraysen.cl>

**Teléfono:** +56 (67) 22 40 287

#### **Fotografías otorgadas por:**

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

#### **Dirección Regional:**

SERNATUR AYSÉN

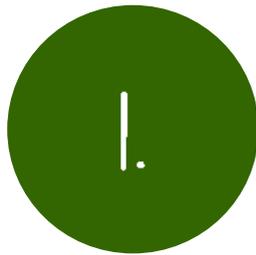
21 de Mayo # 555, Coyhaique, Chile



# 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   QUÉ QUIERE SABER VILLA O´HIGGINS SOBRE <i>EL PERFIL Y CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE</i> DE LOS TURISTAS ENTREVISTADOS</b>	<b>07</b>
3.1. VARIABLES PERFIL ENTREVISTADOS	08
3.2. VARIABLES CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE	09
<b>4   CÓMO MEDIRÁN LOS TURISTAS ENTREVISTADOS LA EXPERIENCIA TURÍSTICA EN LA LOCALIDAD</b>	<b>11</b>
4.1. DIMENSIONES Y ESCALA DE RESULTADOS	12
4.2. EXPERIENCIA EN LA LOCALIDAD	13
4.3. SERVICIO DE ALOJAMIENTO	15
4.4. SERVICIO DE ALIMENTACIÓN	17
4.5. ARTESANÍA o PRODUCTOS LOCALES DE RECUERDO	19
4.6. EXPERIENCIA SERVICIOS DE EXCURSIÓN / LUGARES VISITADOS	21
4.7. EXPECTATIVAS V/S EXPERIENCIA	25
4.8. RECOMENDACIÓN	26
<b>5   APRENDIZAJES DEL PROCESO EN VILLA O´HIGGINS</b>	<b>27</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°

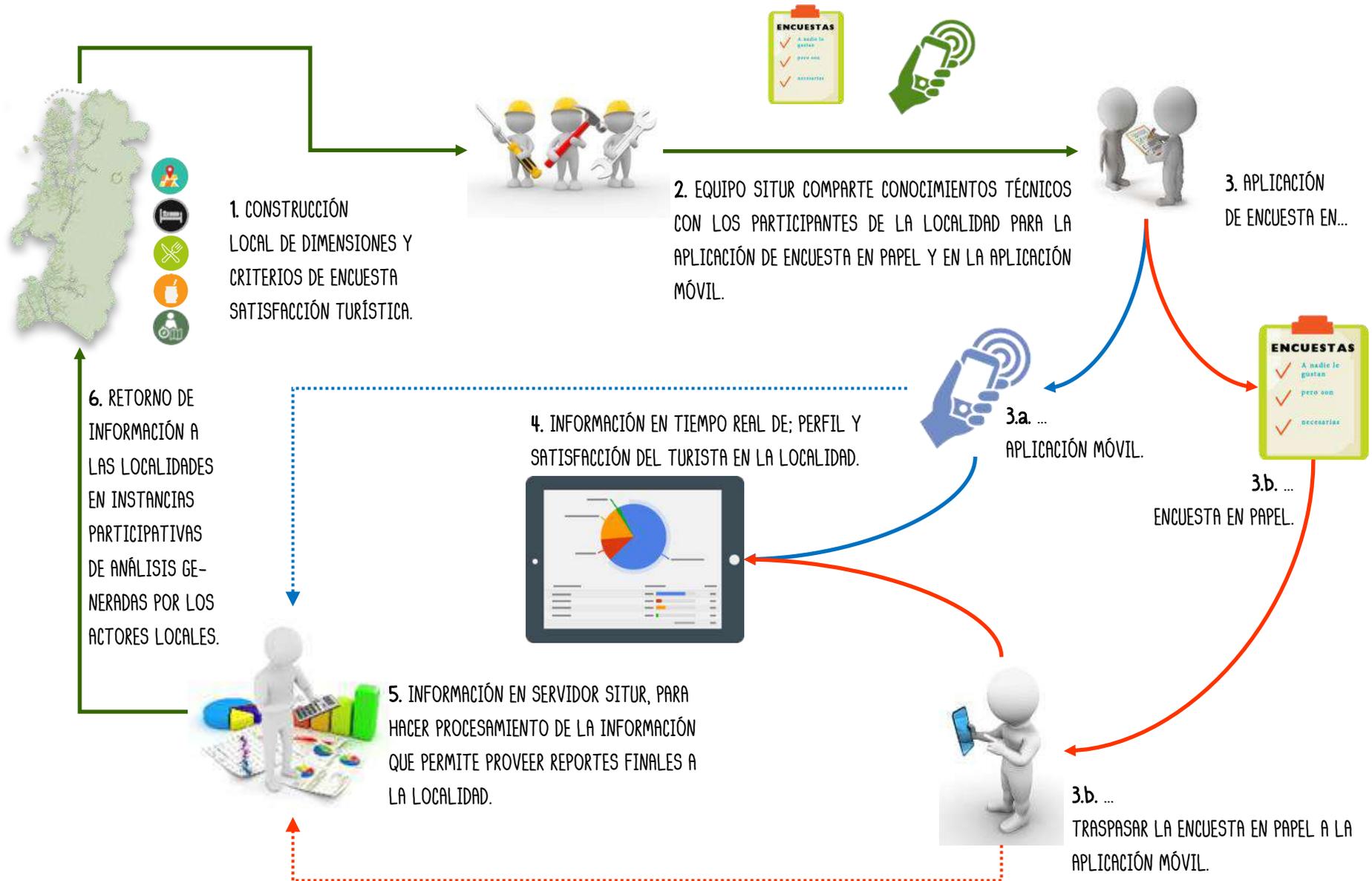
ANÁLISIS Y COMPROMISOS LOCALES PARA MEJORA DE LA GESTIÓN LOCAL Y EMPRESARIAL.



DIFUSIÓN PÚBLICA DE LA EXPERIENCIA.



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





2.

Principales

antecedentes del proceso

# 2.1.

## EL PROCESO

1

REUNIÓN

1

INSTANCIA DE  
CONVERSACIÓN  
DE RESULTADOS

10

PERSONAS PARTICIPAN  
DEL PROCESO

22

ENCUESTAS

El trabajo de los empresarios y empresarias de la localidad de Villa O´Higgins y el equipo de Profesionales del Sistema de Información Turística, se inició el 04 de Diciembre de 2017, con el objetivo de aplicar encuestas a turistas que visitan la localidad durante la **temporada alta 2018** y tener un 1er acercamiento al nivel de satisfacción de la experiencia turística que provee Villa O´Higgins. En esta primera parte del trabajo, participaron 10 personas de la localidad y al **no** levantar información, la localidad tiene como productos logrados; la construcción colectiva de su **encuesta (en español e inglés)**, la **App Móvil** donde ingresar los datos y el **Reporte** del proceso.

Para implementar la aplicación de encuestas durante la **temporada alta 2019**, la primera reunión se realizó el 21 de Noviembre de 2018 con representantes de la Cámara de Turismo y Comercio, que permitió contextualizar los aprendizajes de la temporada anterior y conversar sobre intentar nuevamente la aplicación de encuestas.

A fines de febrero de 2019, se logra inducir a la informadora respecto a la Aplicación de Encuestas, se entrega material para aplicación en papel y Tablet para ingresar información al Sistema Informático. Para efectos de esta temporada de turismo, las 22 encuestas aplicadas fueron realizadas por la informadora turística Sernatur.

Los resultados obtenidos al procesar los datos recopilados en las encuestas aplicadas, el día 26 de junio de 2019, permitió enriquecer el análisis de los agentes locales de turismo y profesionales Sernatur (Programa SITUR y ZOIT), en relación a la opinión del turista y su experiencia en la localidad.



**REUNIÓN 1:**  
APRENDIZAJES APLICACIÓN TA2018  
APLICCIÓN ENCUESTAS TA2019

**SEGUIMIENTO 1:**  
CÓMO APLICAR ENCUESTAS  
ENTREGA MATERIAL Y EQUIPO

**REUNIÓN 2:**  
ANÁLISIS RESULTADOS  
ENCUESTAS 2019

**Melina Morales**  
*Informadora Turística SERNATUR*

**Andrea Rosas**  
*Empresaria Turística*

**Angélica Cruces**  
*Empresaria Turístico*

**Marcus Campos**  
*Empresario Turístico*

**Lorena Molina**  
*Empresaria Turística*

**Ilsie Wolf**  
*Presidenta FEGRETUR*

**Victoria Aird**  
*Empresaria Turística*

**Ingrid Poblete**  
*Empresaria Local*





3.

Cuál es el perfil y

**característica del viaje**

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

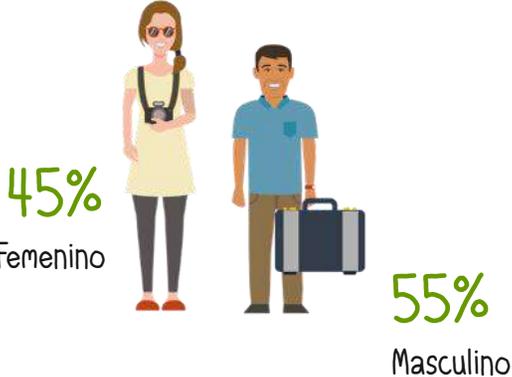
3.1.

PERFIL ENTREVISTADOS

### Edad y Género

Los turistas entrevistados que indicaron su edad, promedian los **37 años** de edad. En **segundo orden** de parámetros de edad, los turistas tienen entre 30 a 39 años de edad (23%).

20 a 29  
Años



### Procedencia

Los turistas **nacionales** entrevistados en Villa O'Higgins, proceden de; Coquimbo, **Región Metropolitana**, Maule, y Aysén.

64%  
Chilenos



36%  
Extranjeros



#### Europa

- Alemania
- España
- Italia

#### América

- EE.UU.
- Argentina (Provincia Entre Ríos)



## Motivo

La motivación principal de viaje de los visitantes entrevistados en la localidad de Villa O'Higgins es **Vacaciones**.

**Otro motivo**, se refiere a encuestados que centraron su interés en *caminar* y conocer la *Patagonia Chilena* y *Carretera Austral*.

77%  
Vacaciones

9%  
Trabajo

9%  
Otro

5% Visita  
Familia/Amigos



Su Grupo de Viaje  
principalmente está  
compuesto por...

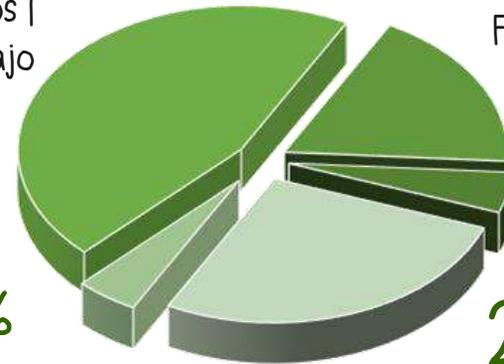
45% Amigos |  
Compañeros de Trabajo

18%  
Familiares

5% Otro

5%  
Pareja

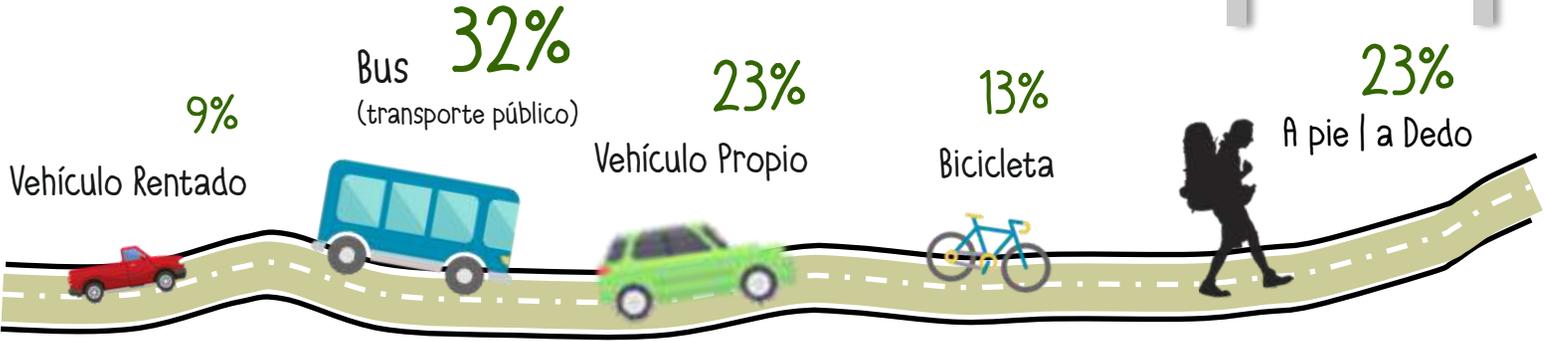
27%  
Solo (a)



3.2.

CARACTERÍSTICA DE VIAJE

Medios de transporte utilizados para llegar a Villa O'Higgins

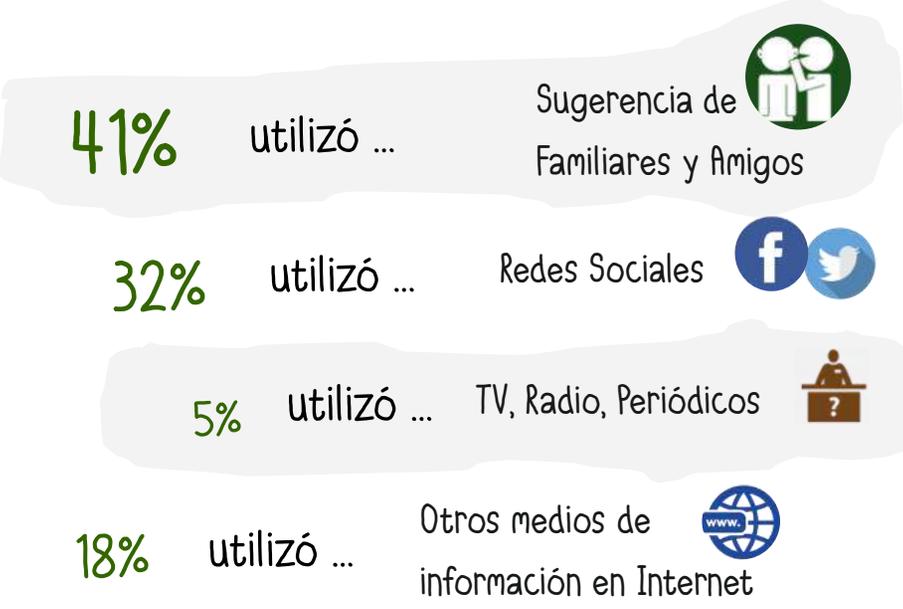


...para Informarse de Villa O'Higgins

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



Dentro de la opción **Otros**, los turistas indican haberse informado por: boca-boca, cultura general, guía viaje y mapa.





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



| Satisfacción |

Experiencia Visita

| Escala Resultado |

Experiencia Visita



Muy Bueno



Bueno



Regular | Malo

Muy Malo



No Responde

No Aplica

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



4.2.

La experiencia en la **Localidad** de Villa O'Higgins fue ...



Regular | Malo  
Muy Malo



Bueno



Criterios Locales



Muy Bueno



No Responde  
No Aplica

37%

27%

La **hospitalidad** de los residentes.

27%

9%

36%

32%

La **variedad** de actividades turísticas.

23%

9%

32%

18%

La **disponibilidad** de información turística útil

41%

9%

55%

18%

Disponibilidad de **Señalética** para guiar en lugares de interés turístico

18%

9%

46%

18%

Disponibilidad de **Señalética** en la localidad de Villa O'Higgins

27%

9%

54%

5%

Disponibilidad de **Cajero Automático** o cambio de moneda

9%

32%



Localidad



4.2.

## La experiencia en la **Localidad** de Villa O'Higgins fue ...



Regular | Malo  
Muy Malo



Bueno



**Criterios Locales**



Muy Bueno



No Responde  
No Aplica

50%

23%

Presencia de **perros en las calles**  
(sultos sin dueño/a)

9%

18%

27%

23%

**Olores molestos** en el ambiente

36%

14%

37%

23%

Manejo de **Residuo Domiciliario**

18%

22%

19%

36%

Percepción de **orden y limpieza**  
en Villa O'Higgins

36%

9%

9%

23%

Trámite en **Paso Fronterizo**  
(sí ingresó por vía terrestre)

14%

54%

5%

59%

**Percepción Global Imagen Turística**  
que ofrece Villa O'Higgins

27%

9%



Localidad

4.3.

## Servicio de Alojamiento ...

**82%** de los entrevistados, a lo menos pasaron una noche en la localidad de Villa O'Higgins.



1 Noche 4%

2 Noches 41%

3 Noches 19%

4 Noches 14%

+ Noches 4%

El tipo de Alojamiento principalmente utilizado fue...

18%  
No Pernocta/  
No responde

9%  
Cabañas

9%  
Hostel

5%  
Otros

18%  
Casa  
Familia-Amigos

32%  
Camping

9%  
Hostal / Residencial



Alojamiento



Alojamiento

## La experiencia en **alojamientos** de Villa O'Higgins fue...



Regular | Malo  
Muy Malo



Bueno



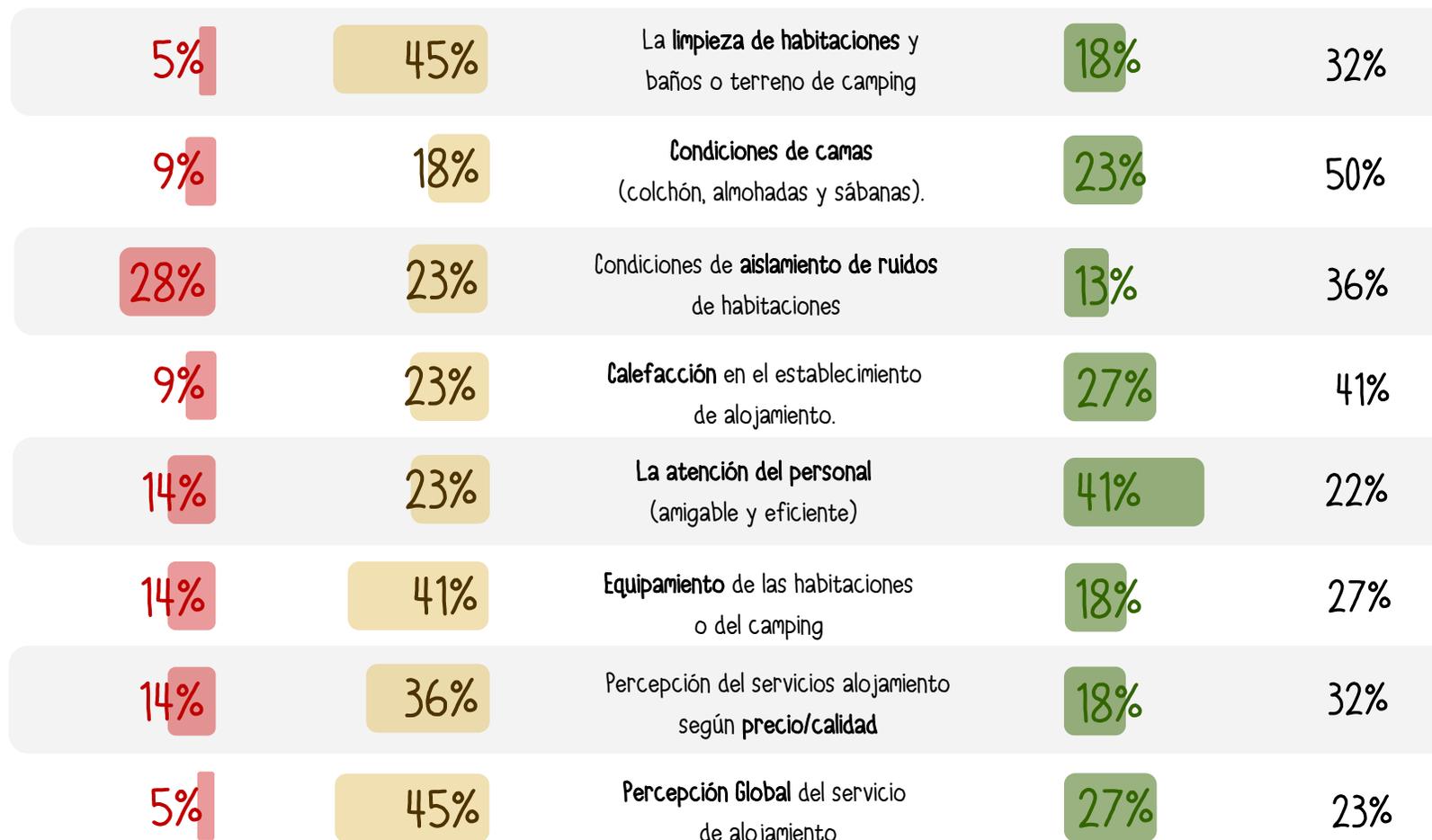
**Criterios Locales**



Muy Bueno



No Responde  
No Aplica



## 4.4. Servicios de Alimentación ...

**32%** de los entrevistados,

señala haber utilizado algún servicio de alimentación en localidad de Villa O'Higgins.



**9%** No responde..



**59%** Indica no haber utilizado el servicio de alimentación en la localidad...

### "Precios"

"No encontré Servicios abiertos"

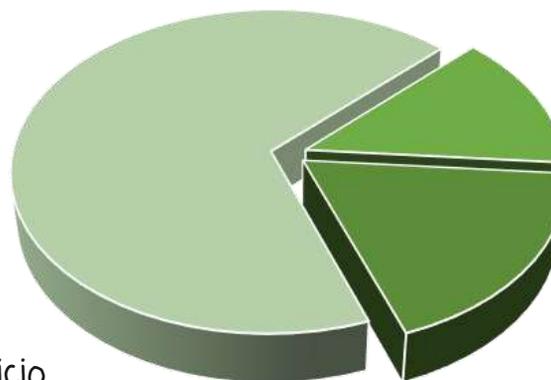
"Cocinamos nosotros"

"Sin necesidad"

"Me quedé en casa de amigo"

El **principal** servicio de alimentación utilizado fue...

**68%**  
No responde o  
No utiliza el servicio



**14%**  
Comida Rápida

**18%**  
Restaurante



Alimentación





Alimentación

## La experiencia en servicios de **alimentación** en Villa O'Higgins fue...



Regular | Malo  
Muy Malo



Bueno



Criterios Locales



Muy Bueno



No Responde  
No Aplica

5%

18%

Las **condiciones de limpieza**  
del servicio de alimentación

9%

68%

9%

14%

**Calefacción** en el establecimiento  
de alimentación.

9%

68%

14%

14%

La **preparación** de las comidas y bebidas

4%

68%

14%

14%

La **variedad** gastronómica  
(platos y productos)

4%

68%

9%

18%

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

5%

68%

5%

23%

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

4%

68%

5%

27%

Percepción **Global** del servicio  
de alimentación

0%

68%



4.5.

## Compra de Artesanía ...

55%

de los entrevistados, señala que **no compraron** artesanía en localidad de Villa O'Higgins.

13% No responde..



32%

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

Quienes **no compraron** artesanía o productos locales (suvenir), señalan...



9%

No encontré lugares donde comprar



14%

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



32%

Otro motivo...

"Aún no lo he realizado"

"capacidad en mochila"

"Precio y recursos económicos"

"cerrado"



Artesanía



Artesanía

# La experiencia comprando **artesanía** en Villa O'Higgins fue...



Regular | Malo  
Muy Malo



Bueno



### Criterios Locales



Muy Bueno



No Responde  
No Aplica

24%

4%

Variedad de artesanía y productos locales

4%

68%

24%

4%

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

4%

68%

24%

4%

Percepción según precio/calidad

4%

68%

24%

4%

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

4%

68%





4.6

La experiencia de los  
turistas entrevistados respecto a las  
**excursiones** realizadas  
(para efectos del levantamiento piloto),  
da cuenta de excursiones  
contratadas o realizadas por cuenta propia ...





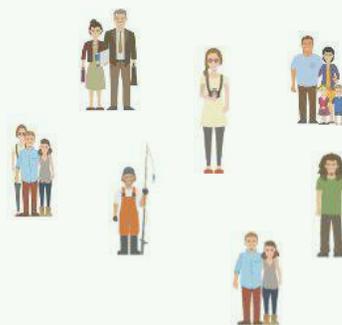
Excursión

## Excursiones o Actividades turísticas realizadas...

Los **86%** de los turistas entrevistados señalaron haber realizado una o más actividades turísticas. Según los datos recopilados, se muestran las actividades por el número de veces mencionadas por el total de turistas entrevistados...



**46%** De los turistas indica haber **contratado** algún servicios de excursión.



Donde los turistas contrataron el servicios de excursión...

**Villa O'Higgins**  
**Chaltén**  
**Candelario Mancilla**





Excursión

# La experiencia de **excursiones** en el sector de Villa O'Higgins fue...



Regular | Malo  
Muy Malo



Bueno



**Criterios Locales**



Muy Bueno



No Responde  
No Aplica

9%

23%

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

9%

59%

9%

18%

**Facilidad** para contratar la excursión

14%

59%

4%

23%

Medios de pago **disponibles**

14%

59%

14%

9%

Percepción según precio-calidad

18%

59%

4%

14%

**Cumplimiento** del itinerario descrito

23%

59%

4%

14%

**Calidad** del equipamiento  
para realizar la excursión

23%

59%





Excursión

# La experiencia de **excursiones** en el sector de Villa O'Higgins fue...



Regular | Malo  
Muy Malo



Bueno



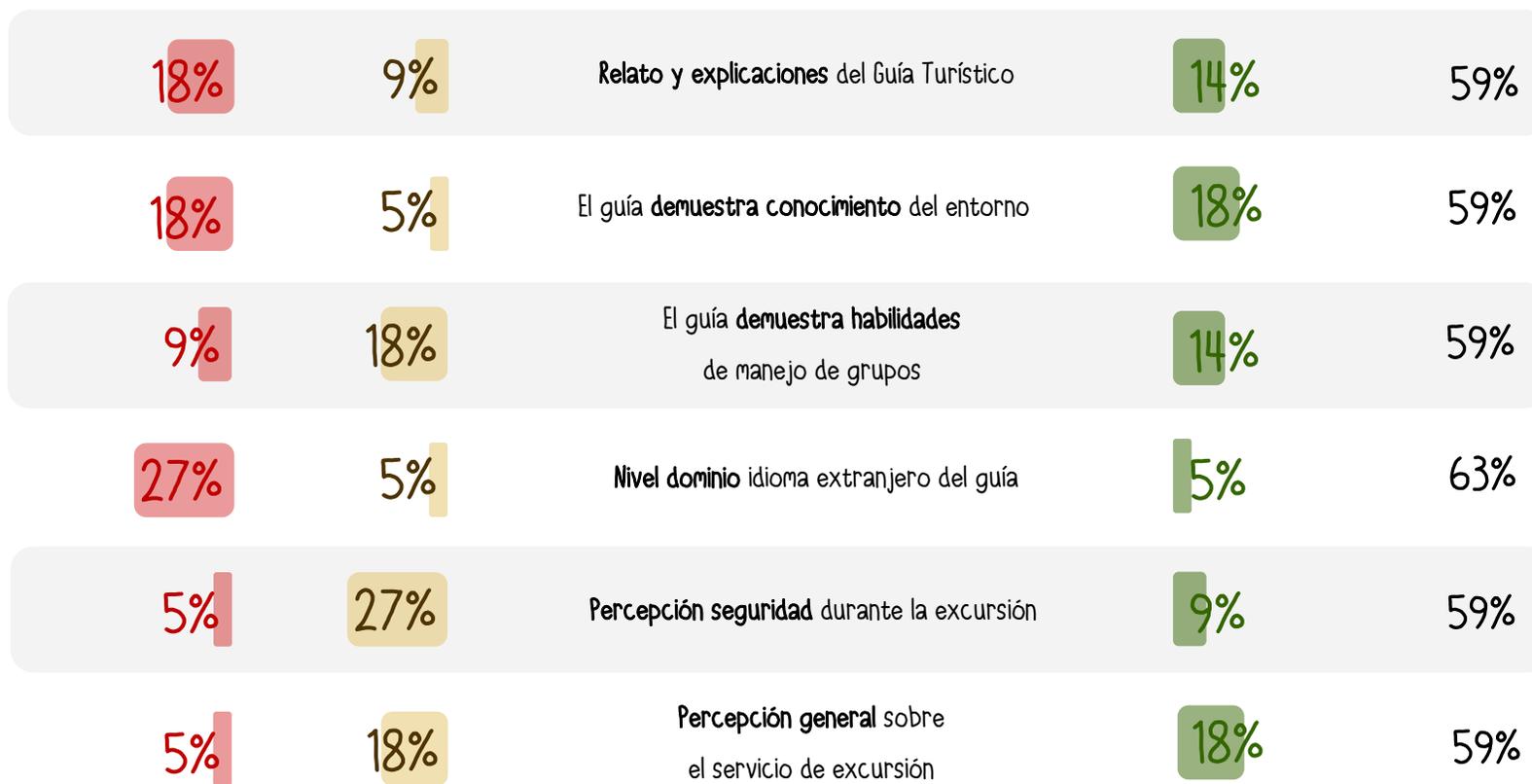
Criterios Locales



Muy Bueno



No Responde  
No Aplica



4.7

## Nivel de Satisfacción del turista en relación a Expectativas v/s Experiencia en Villa O'Higgins...



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?

5%

45%

36%

14%



\*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).



# 4.8.

## Disposición del turista para volver a visitar y recomendar Villa O'Higgins...



### Criterios Locales



Definitivamente  
NO



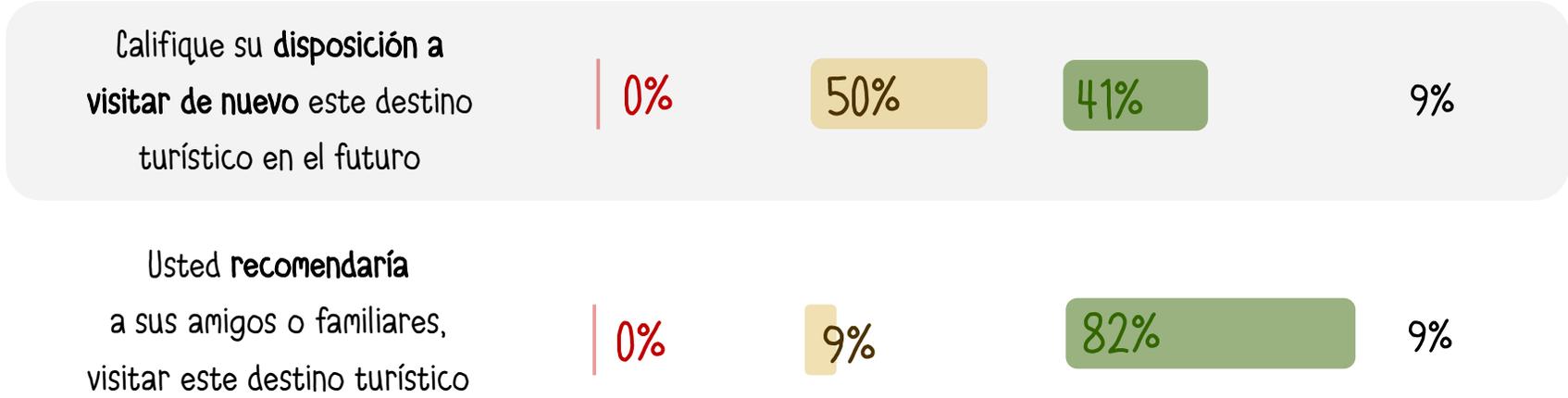
Posiblemente



Definitivamente  
SI



No Responde  
No Aplica



\*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 Villa O'Higgins ...



## 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. Por temas administrativos el equipo SITUR tan solo en febrero se pudo realiza



## Del levantamiento de información...

Tan solo la Informador Turístico Sernatur aplicó encuestas (digitales APP móvil).  
Y su levantamiento inicio a fines de Febrero de 2019, .



## Del proceso en la localidad...

Los otros empresarias y empresario **no** aplicaron encuestas por distintos motivos: estaban solos(as) trabajando en su negocio, tuvieron problemas con el dispositivo móvil, viajaron en temporada alta, entre otros, situación que se repite por 2do año consecutivo.

Cabe señalar, que a fines de Junio se sostuvo reunión con representantes de la Cámara de Turismo y la participación de la Presidenta FEGRETUR, donde se presentaron los pre-resultados de la encuestas aplicadas por la informadora turística, **facilitando un espacio de conversación al respecto con datos provenientes de turistas.**

## Para mejorar el proceso...

Para avanzar en la captación de datos (aumentar el número de aplicación de encuestas), a partir de la Jornada de Análisis realizada en Junio 2019, se espera haber trasmitido la importancia de participación de los 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 Villa O'Higgins se encuentra incompleta.



# VILLA O'HIGGINS

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



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)