

INFORME

PERCEPCIÓN REGIONAL COVID19 y Turismo

REGIÓN DE AYSÉN

Noviembre - 2020



CONTEXTO

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

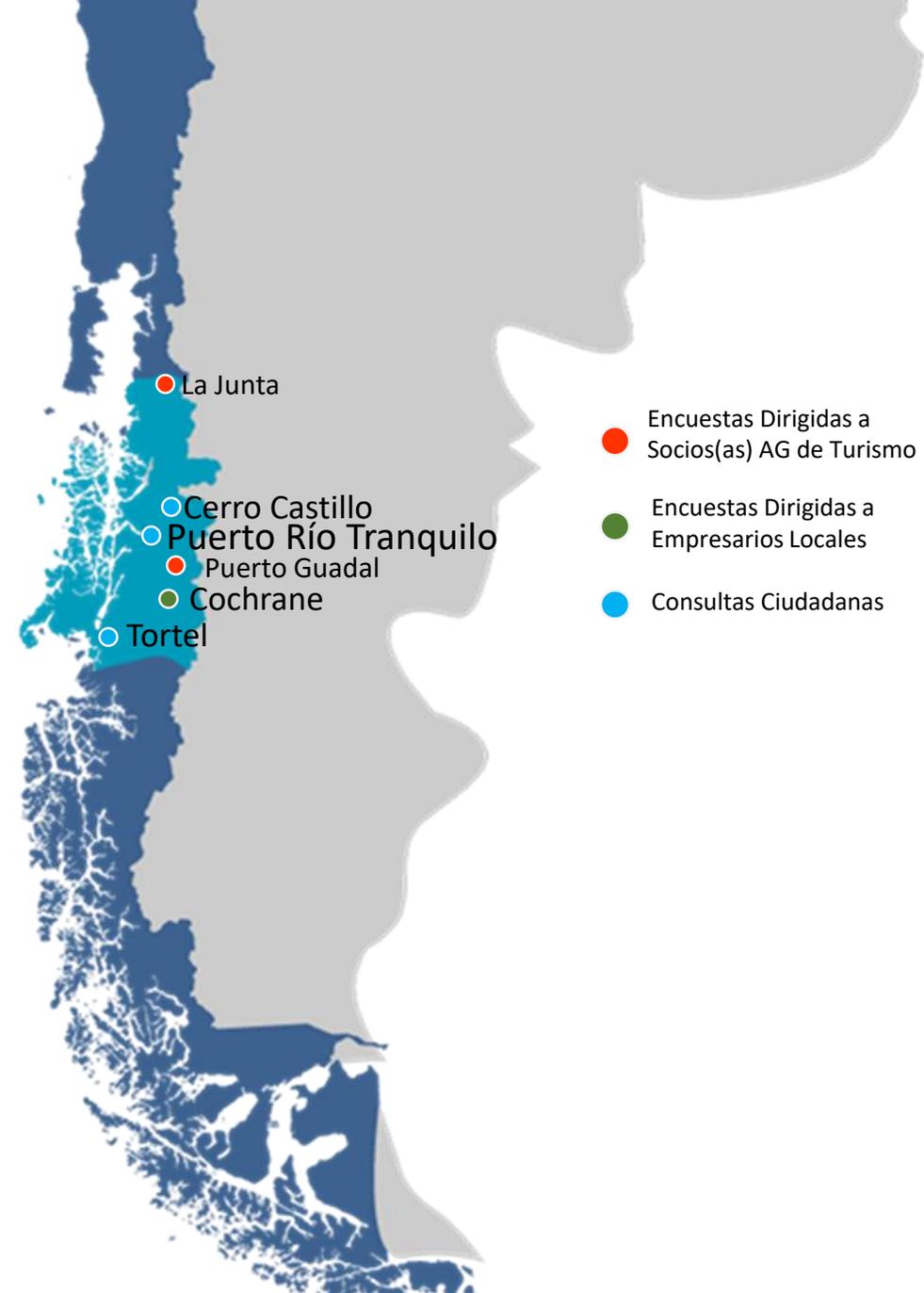
Esta recopilación de la percepción de los vecinos(as) permitió a los actores locales, organizar una mesa de trabajo con su municipio (Ibáñez) para **identificar acciones a implementar en el corto plazo** relacionado al escenario que el COVID-19 nos presenta.

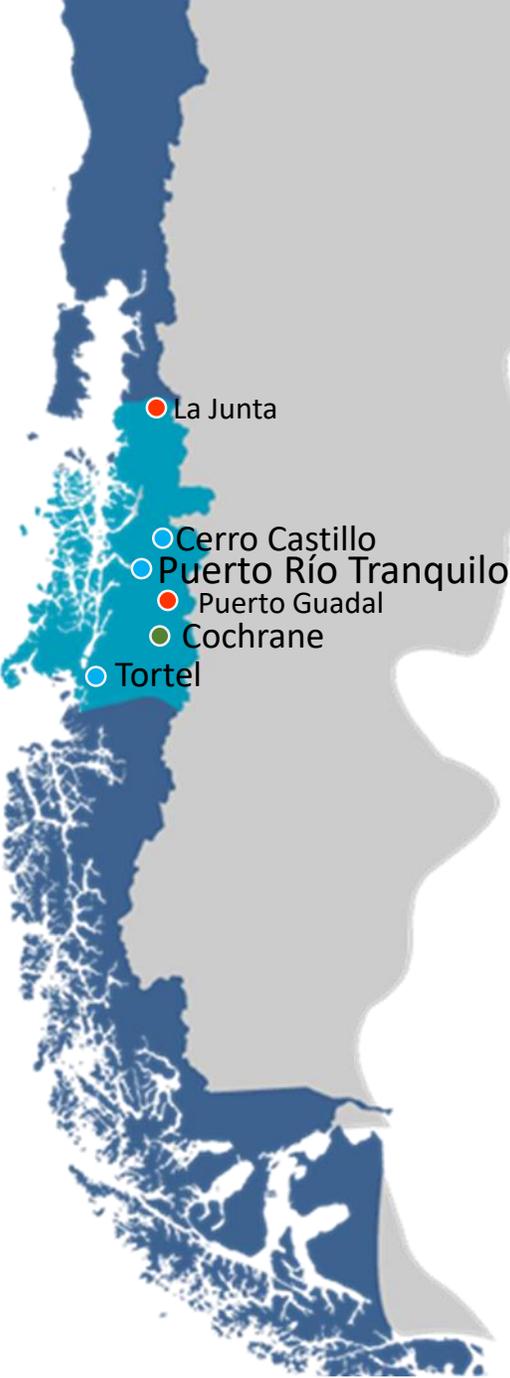
A partir de está experiencia, junto a otras Organizaciones y Municipios de la región se realizó el mismo trabajo colaborativo, teniendo como **premisa respetar el objetivo** del levantamiento de información requerido por cada una **de las localidades.**

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

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

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





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

APLICACIÓN



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

VARIABLES

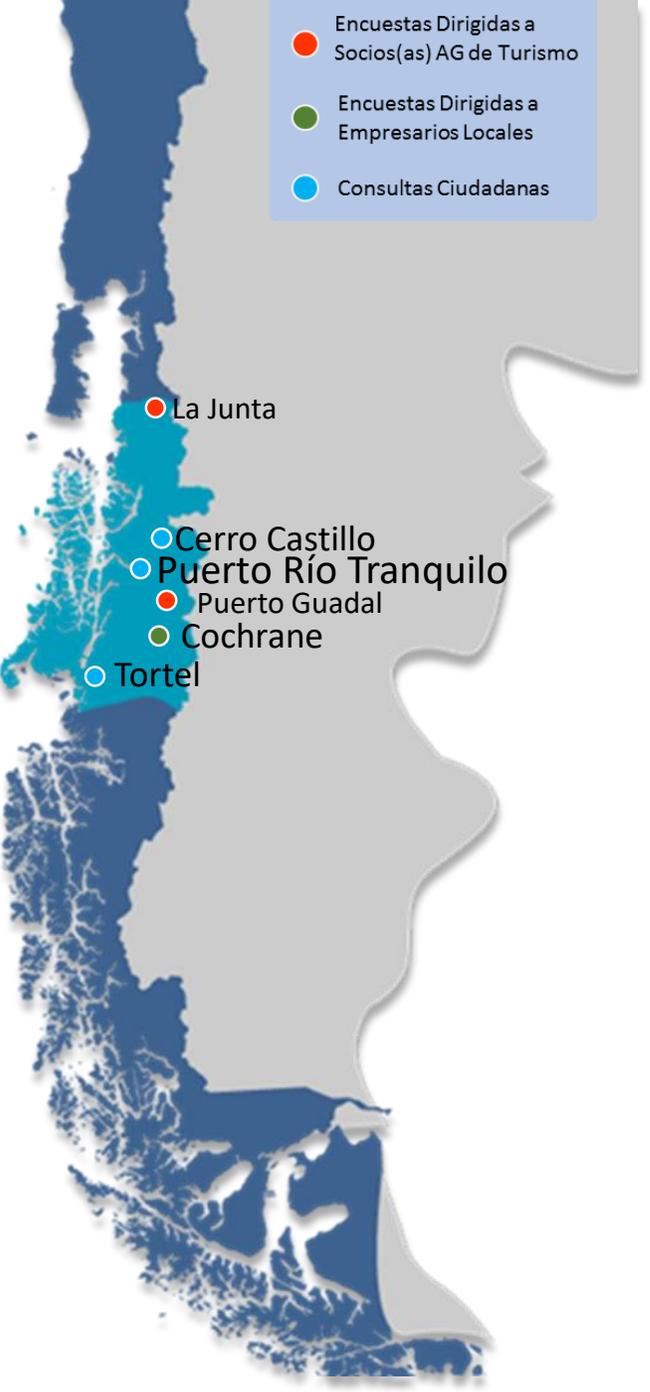
- ### PERFIL
- ● Genero
 - ● Edad
 - ● Años de Residencia
 - ● N° Personas Grupo Familia
 - ● Presencia de Bebés, Niñ@s Adulto Mayor o Persona Enfermedad Crónica en grupo Familiar
 - ● Tamaño de empresa (\$)
 - ● Años de Operación Negocio
 - ● Aspectos Operativos del Negocio
 - ● Actividad Económica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

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

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

- ### TURISMO / COVID-19
- ● ● Nivel de Información (Muy, Medianamente o Nada Informado) respecto a PROTOCOLOS
 - ● Implementación PROTOCOLOS Negocio
 - Localidad Preparada
 - Percepción de Riesgo según tipo de Turista
 - ● ● Efecto en Ingreso Familiar, sin turistas en Temporada Alta
 - ● ● Mecanismos/Acciones que harían aumentar percepción SEGURIDAD
 - ● ● Opinión fecha prudente llegada de Turistas

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



PERFIL

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

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

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

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

EFFECTOS ECONÓMICOS

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

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

COMUNICACIÓN

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

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

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

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



TURISMO

/ COVID-19 /

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

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

● ● ● Implementación PROTOCOLOS Negocio

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

● Localidad Preparada

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

● Percepción de Riesgo según tipo de Turista

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

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

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

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

● La Junta

○ Cerro Castillo

○ Puerto Río Tranquilo

● Puerto Guadal

● Cochrane

○ Tortel

TURISMO

/ COVID-19 /

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

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

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

● ● ● Mecanismos/Acciones que harían aumentar percepción SEGURIDAD

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

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

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

CONSIDERACIONES

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

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

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

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

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

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

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

