



**ESTUDIO DE DEMANDA EN PUNTOS DE FLUJO
DE TURISTAS
TEMPORADA ALTA 2017
INFORME FINAL**

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

Noviembre 2017

Estudio de demanda en puntos de flujo de turistas
Sistema de Información Turística Regional - Región de Aysén

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS
DIRECCIÓN REGIONAL DE AYSÉN

Informe Final
Encuesta de demanda en puntos de flujo de turistas
Noviembre 2017

Director Regional : Manuel Vivar Águila
Jefe Unidad Técnica : Héctor Vergara Vicuña
Jefa de Proyecto : Carolina Palma Arce

CONTENIDO

1. ANTECEDENTES.....	7
2. METODOLOGÍA DEL DISEÑO MUESTRAL TEMPORADA ALTA AÑO 2017 ESTUDIO DE FLUJO TURÍSTICO.....	8
2.1. CONSIDERACIONES PARA EL DISEÑO MUESTRAL.....	8
2.1.1. Cobertura.....	8
2.1.2. Unidad Estadística.....	8
2.1.3. Población Objetivo.....	8
2.1.4. Marco Muestral.....	8
2.1.5. Nivel de Estimación.....	9
2.1.6. Período de Referencia y Periodicidad.....	10
2.1.7. Variable de diseño.....	10
2.2. METODOLOGÍA DEL CÁLCULO.....	10
2.2.1. Tamaño Muestral.....	10
2.2.2. Resultados de tamaños muestrales.....	12
2.3. FACTOR DE EXPANSIÓN.....	12
3. PRINCIPALES RESULTADOS.....	14
3.1. IDENTIFICACIÓN DEL TURISTA Y DE LAS PERSONAS QUE LE ACOMPAÑAN.....	14
3.2. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE.....	20
3.3. EXPERIENCIA DE VIAJE.....	28
3.4. GASTOS.....	32
4. NOTAS METODOLÓGICAS.....	33
4.1. BASE DE DATOS.....	33
4.2. MARCO MUESTRAL.....	33
4.3. COEFICIENTES DE VARIACIÓN.....	34
4.4. INFORMANTE Y GRUPO DE VIAJE.....	35
4.5. ESTIMACIÓN DE GASTO POR TURISTA.....	36
4.6. MOTIVOS DE VIAJE.....	37
4.7. LO MEJOR Y LO PEOR QUE LA REGIÓN OFRECE A SUS VISITANTES.....	38
4.8. REGIONALIZACIÓN NACIONAL VIGENTE.....	39
5. CONCLUSIONES.....	40
A un nivel metodológico.....	40

A un nivel estratégico.....	41
ANEXOS.....	43
GLOSARIO DE TÉRMINOS Y SIGLAS	43
DICCIONARIO DE VARIABLES	¡Error! Marcador no definido.
CUESTIONARIO.....	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Descripción de estratificación del Marco Muestral.....	9
Tabla 2. Tamaño muestral para turistas que abandonan la región, según medios de transporte y pasos fronterizos.	12
Tabla 3. Porcentaje de hombres y mujeres turistas que sirvieron de informantes.	14
Tabla 4. Porcentaje de turistas que sirvieron de informantes, por tramo de edad.	15
Tabla 5. Porcentaje de turistas que sirvieron de informantes, por país de procedencia.	15
Tabla 6. País de residencia de turistas extranjeros que sirvieron de informantes.....	16
Tabla 7. Porcentaje de turistas que sirvieron de informantes, por región de procedencia.	16
Tabla 8. Porcentaje de turistas que sirvieron de informantes, según nivel educacional máximo alcanzado.....	17
Tabla 9. Cantidad de personas que componen el grupo de viaje.....	17
Tabla 10. Porcentaje de hombres y mujeres que acompañan al turista informante en el viaje por la región.....	18
Tabla 11. Porcentaje personas que acompañan al turista informante en el viaje por la región, según tramo de edad.	18
Tabla 12. Porcentaje de personas que acompañan al turista informante en su viaje por la región, por país de procedencia.....	18
Tabla 13. Porcentaje de personas que acompañan al turista informante en su viaje por la región, por país de procedencia.	19
Tabla 14. Porcentaje de personas que acompañan al turista informante, por región de procedencia. Solo aquellos con residencia habitual en Chile.....	19
Tabla 15. Porcentaje de personas que acompañan al turista informante, según relación de parentesco con el informante.	20
Tabla 16. Porcentaje de turistas por tiempo de permanencia en la región.....	21
Tabla 17. Porcentaje de turistas por vía de ingreso a la región.	22
Tabla 18. Porcentaje de turistas por modo de transporte utilizado para ingresar a la región.....	22
Tabla 19. Porcentaje de turistas por motivo principal del viaje a la región de Aysén.....	23
Tabla 20. Lugar que motivó el viaje a la Región de Aysén.....	23
Tabla 21. Lugares visitados por turistas en el viaje dentro de la región de Aysén.....	24
Tabla 22. Porcentaje del lugar visitado en el viaje por la región, y que más gustó al turista.....	25
Tabla 23. Principal tipo de alojamiento utilizado en el viaje por la región de Aysén.....	26
Tabla 24. Principal servicio de comida utilizado en el viaje por la región de Aysén.....	26
Tabla 25. Principal tipo de transporte utilizado por turistas en el viaje por la región de Aysén.....	27
Tabla 26. Contratación de servicios turísticos por turistas en su viaje por la región.	27
Tabla 27. Actividades realizadas en el viaje por la Región de Aysén.....	28
Tabla 28. Calificación de la experiencia de viaje.....	29
Tabla 29. En su opinión, ¿Qué es lo mejor que ofrece la región de Aysén a sus visitantes?.....	30
Tabla 30. ¿Y qué aspectos debieran mejorar para que los visitantes a la región de Aysén quedasen contentos con su viaje?.....	31
Tabla 31. ¿Usted volvería a la región?.....	31
Tabla 32. ¿Recomendaría a otra persona que visite la región de Aysén?.....	31

Tabla 33. Gasto promedio diario (\$) por persona en el viaje a la región, en pesos chilenos.	32
Tabla 34. Gasto promedio diario por persona, en pesos chilenos, por ítem de gasto.	32
Tabla 35. Tamaño muestral para personas que abandonan la región y Turistas externos, según medios de transporte y pasos fronterizos.	34
Tabla 36. Clasificación del Error Relativo (al 95%) y Coeficiente de Variación.	35
Tabla 37. Gasto promedio diario por persona, en pesos chilenos.	37
Tabla 38. Porcentaje de turistas por motivo de viaje. Motivo principal, secundario y terciario.	38

1. ANTECEDENTES

El Sistema de Información Turística Regional (SITUR) tiene por objetivo producir información actualizada, oportuna, y representativa en relación con la actividad turística desarrollada en su territorio, a fin de informar la toma de decisiones y la planificación de acciones para su desarrollo en el ámbito regional.

El sistema de información capta los fenómenos de oferta y demanda turística, a través de cuatro estudios específicos. Para el relevar el fenómeno de oferta, el Estudio de Oferta recopila información de todas aquellas empresas que entregan algún bien o servicio relacionados a las actividades económicas del turismo. Para describir el fenómeno de demanda en cambio, dispone de tres estudios que complementariamente intentan captar la demanda producida por los turistas, sean de la región o fuera de ella. Para los que provienen de otras regiones y países, están el Estudio de Flujo de pasajeros y el Estudio de turistas que pernoctan en algún establecimiento de alojamiento turístico; mientras que para captar la demanda que los mismos residentes de la región producen cuando visitan otras comunas y localidades diferente a su residencia habitual, está el Estudio de Demanda en Vivienda.

El presente documento describe el Estudio de Flujo de turistas durante Temporada Alta 2017 la Región de Aysén. En sus diferentes apartados se presenta metodología y resultados logrados a través del método de encuesta, especialmente de variables como el gasto turístico realizado por turistas, motivo principal por el cual los turistas prefieren este destino, medios de transportes más utilizados, lugares más visitados y destinos turísticos elegidos por el turista, entre otras.

Para su medición se consideran los turistas que abandonan la región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo, a través de los distintos pasos fronterizos regionales (nacionales o internacionales), medios de transporte y tipos de transportes empleado. El levantamiento de la información se llevó a cabo en los meses de enero y febrero del presente año.

Objetivo General

Caracterizar a los turistas que salen de la región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo por los diferentes puntos de flujo de personas.

Objetivos Específicos

1. Elaborar un diseño muestral probabilístico estratificado y factores de expansión a nivel puntos de flujo de personas de la región.
2. Generar información acerca de las características de los turistas que salieron de la región 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 DE FLUJO TURÍSTICO

2.1. CONSIDERACIONES PARA EL DISEÑO MUESTRAL

El objetivo metodológico es la elaboración de un diseño muestral de turistas que abandonan la región entre los meses de enero y febrero 2017, estableciendo la distribución de turistas a encuestar según medios de transportes, pasos fronterizos y tipos de transportes.

2.1.1. Cobertura

Cobertura Temática

Considera a los turistas y a los jefes de grupo en el caso de grupo de viaje, que abandonan la región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo, según medios de transporte y pasos fronterizos.

Cobertura Geográfica

Comprende los pasos fronterizos de la región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo, los cuales corresponderían a: Río Jeinimeni, Huemules, Coyhaique Alto, Ibáñez, Carretera Austral, Balmaceda, Puerto Chacabuco.

2.1.2. Unidad Estadística

La unidad estadística corresponde al tipo de transporte utilizado por el turista para abandonar la región. Desglosándose de la siguiente manera, pasos fronterizos terrestres corresponde a vehículos de pasajeros y vehículos particulares; paso fronterizo aéreo corresponde a avión y paso fronterizo marítimo corresponde a transbordador/barcaza.

2.1.3. Población Objetivo

La población objetivo corresponde a los turistas y jefes de grupo para el caso de grupos de viajes que abandonan la región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo, según medios de transporte, pasos fronterizos y tipos de transportes.

2.1.4. Marco Muestral

El marco muestral se construyó a partir de bases de datos existentes (Carabineros, Policía de Investigaciones (PDI), Empresa Portuaria Chacabuco (EMPORCHA), Dirección General de Aeronáutica Civil (DGA) del Año 2016. Además de información recopilada en una muestra piloto de

la Carretera Austral cuya referencia corresponde al año 2013, donde se registra el flujo de personas que abandonan la región.

En el caso de los registros de salidas de turistas desde los pasos fronterizos terrestres se considera la información de vehículos particulares y vehículos de pasajeros; en el medio de transporte aéreo se utiliza la información de vuelos de la región y en medio de transporte marítimo se utilizan embarcaciones del puerto de Chacabuco.

Estratificación

La estratificación del marco muestral se realiza según medio de transporte, pasos fronterizos y tipos de transporte (Tabla 1).

Tabla 1. Descripción de estratificación del Marco Muestral

Medios de Transporte	Pasos Fronterizos	Tipos de Transporte	
Terrestre	Rio Jeinimeni	Vehículo Particular Vehículo de Pasajeros	
	Huemules	Vehículo Particular Vehículo de Pasajeros	
	Coyhaique Alto	Vehículo Particular Vehículo de Pasajeros	
	Ibáñez	Vehículo Particular Vehículo de Pasajeros	
	Carretera Austral		Vehículo Particular Vehículo de Pasajeros
Aéreo	Balmaceda	Avión	
Marítimo	Puerto Chacabuco	Transbordador/Barcaza	

Fuente: INE, Departamento de Investigación y Desarrollo

2.1.5. Nivel de Estimación

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

- Región.
- Región y Medios de Transporte
- Región, Medios de Transporte y Pasos fronterizos

2.1.6. Período de Referencia y Periodicidad

El período de referencia corresponde al lapso de tiempo en que el turista abandona la región, entre los meses de enero y febrero 2017, mientras que la periodicidad de la encuesta es una vez por temporada.

2.1.7. Variable de diseño

La variable de diseño corresponde al total de turistas que abandonan la región durante los meses de enero y febrero 2017, los cuales fueron registrados en los pasos fronterizos según los tipos de transportes.

2.2. METODOLOGÍA DEL CÁLCULO

En esta sección se describe el cálculo de tamaño muestral de turistas que abandonan la región, coeficiente de variación y el error relativo para medir el flujo de turistas.

2.2.1. Tamaño Muestral

Para calcular el tamaño muestral de turistas que abandonan la región, se aplicó un muestreo probabilístico estratificado proporcional para la estimación de la media, siendo la variable de estudio el número de turistas que abandonan la región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo según medios de transportes y pasos fronterizos, con un coeficiente de confianza del 95%.

La fórmula general utilizada es la siguiente:

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

Donde:

- n:** Tamaño muestral de turistas que abandonan la región según medios de transportes y pasos fronterizos.
- Z:** Estadístico normal estándar correspondiente a un nivel de confianza 95%.
- e_r :** Error relativo 5%.
- p:** Porcentaje de turistas que abandonan la región. Este valor se asume como 0.5, asumiendo una varianza máxima ($p = q = 0,5$).
- N:** Número total de turistas que abandonan la región en el marco muestral.

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

Coeficiente de Variación

El coeficiente de variación para los turistas que abandonan la región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo entre los meses de enero y febrero, se calculó mediante la siguiente expresión:

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

Donde:

- h*: Estrato medio de transporte y pasos fronterizos.
- CV_h : Coeficiente de variación en el h-ésimo estrato.
- N_h : Tamaño de turistas del marco muestral en el h-ésimo estrato.
- n_h : Tamaño muestral de turistas que abandonan la región en el h-ésimo estrato.
- p*: Porcentaje de turistas que abandonan la región. Este valor se asume como 0.5, asumiendo una varianza máxima ($p = q = 0,5$).

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

Error Relativo

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

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

Donde:

- h*: Estrato medio de transporte y pasos fronterizos.
- $E_r(\hat{t}_h)$: Error relativo.
- CV_h : Coeficiente de variación en el h-ésimo estrato.
- Z*: Estadístico normal estándar correspondiente a un nivel de confianza del 95%.

2.2.2. Resultados de tamaños muestrales

En la Tabla 2 se detalla el tamaño muestral de turistas que abandonan la región, con un nivel de confianza del 95%.

Tabla 2. Tamaño muestral para turistas que abandonan la región, según medios de transporte y pasos fronterizos.

Medios de Transporte	Pasos Fronterizos	Marco Muestral	Tamaño Muestral		
			Total Turistas	Coefficiente de Variación (%)	Error Relativo (%)
Total Región		131.588	1.572	2,51	4,91
Terrestre		54.858	1.172	2,89	5,66
	Rio Jeinimeni	29.081	272	6,03	11,83
	Huemules	10.288	252	6,22	12,19
	Coyhaique Alto	10.867	383	5,02	9,84
	Ibáñez	1.978	125	8,66	16,97
	Carretera Austral	2.644	140	8,22	16,12
Aéreo		53.024	290	5,86	11,48
	Balmaceda	53.024	290	5,86	11,48
Marítimo		23.706	110	9,51	18,64
	Puerto Chacabuco	23.706	110	9,51	18,64

Fuente: INE, Departamento de Investigación y Desarrollo

2.3. FACTOR DE EXPANSIÓN

Posterior al levantamiento de información de los turistas que abandonan la región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo, según los estratos medios de transporte y pasos fronterizos durante los meses de enero y febrero 2017, se procede a realizar el cálculo del factor de expansión en base al número de turistas.

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

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

Donde:

- h : Estrato medios de transporte y pasos fronterizos.
- $FE(\tau)_h$: Factor de expansión de turistas que abandonan la región en el h-ésimo estrato.
- τ_{hi} : Número de turistas que abandonan la región en el i-ésimo mes del marco muestral del h-ésimo estrato.
- $\tilde{\tau}_{hi}$: Número de turistas efectivamente logrados que abandonan la región en el i-ésimo mes del h-ésimo estrato.

3. PRINCIPALES RESULTADOS

En este apartado se describe los principales resultados obtenidos en la encuesta aplicada a turistas que salieron de la región de Aysén, durante la temporada alta 2017, a través de los puntos de flujo de pasajeros seleccionados para este estudio.

A través de tablas de frecuencia se describe a este grupo de turistas en sus diferentes dimensiones. En la primera parte se caracteriza al turista y a las personas que le acompañaron en el viaje (grupo de viaje). Segundo, se presentan las características y actividades realizadas durante el viaje por la región de Aysén. Luego, se abordan aspectos de la percepción de las personas respecto a su experiencia de viaje. Y como cuarto y último apartado, se detallan los gastos en que incurrieron las/los turistas dentro de la región de Aysén.

3.1. IDENTIFICACIÓN DEL TURISTA Y DE LAS PERSONAS QUE LE ACOMPAÑAN¹

Entre las y los turistas que salieron de la región en temporada alta 2017, y que sirvieron de informantes para este estudio, el 53% fueron hombres, y el 47% mujeres (Tabla 3).

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

Sexo	%
Hombre	53,0%
Mujer	47,0%
Total	100%

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

Entre las edades de los informantes, destaca el grupo de 25 a 34 años (28,5%), seguidos por el grupo de entre 35 a 44 años (23,4%). El grupo etario menos numeroso es el de las personas 65 años y más, con sólo un 5,2% (Tabla 4).

En el resto de los tramos las personas se distribuyen de forma similar, llegando al 13,9% en la categoría de 15 a 24 años, y al 11,9% en el de 55 a 65 años. Cabe señalar que por cuestiones metodológicas se requiere que los informantes tengan 15 años o más, por lo tanto el tramo de niños y niñas de 0 a 14 años no está representado en esta tabla.

¹ La información de este apartado es referida al turista que es informante de la encuesta, por un lado; y de las personas que le acompañan en el viaje, por otro. La unidad de análisis no es el "grupo de viaje". Para más detalles leer Notas Metodológicas en el apartado 4 de este documento.

Tabla 4. Porcentaje de turistas que sirvieron de informantes, por tramo de edad.

Tramo de edad	%
15 a 24 años	13,9%
25 a 34 años	28,5%
35 a 44 años	23,4%
45 a 54 años	17,1%
55 a 64 años	11,9%
65 años y más	5,2%
Total	100%

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

Entre los turistas encuestados en el momento de salida de la región, y que sirvieron como informantes, la mayoría son residentes de Chile (65%), y más de un tercio declaran su residencia en algún otro país (35%) (Tabla 5).

Tabla 5. Porcentaje de turistas que sirvieron de informantes, por país de procedencia.

País de procedencia	%
Chile	65,0%
Extranjero	35,0%
Total	100%

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

De este grupo que declara su residencia fuera de Chile, casi ochenta por ciento proviene de Argentina: 48,2% de la Provincia del Chubut, y 31% de otras provincias del mismo país (Tabla 6).

Menor presencia se observa en los visitantes de Alemania (4,1%), Estados Unidos (2,6%) y Brasil (2,1%). Los visitantes menos frecuentes son España y Francia, que no alcanzan el 2% del total de visitantes.

La categoría residual “otros” corresponde al 9,2% de turistas que provienen de países como Perú, Japón e Italia, por nombrar algunos (Tabla 6).

Tabla 6. País de residencia de turistas extranjeros que sirvieron de informantes

País de residencia	%
Argentina - Provincia de Chubut	48,2%
Argentina - Otras provincias	31%
Alemania*	4,1%
Estados Unidos*	2,6%
Brasil*	2,1%
España*	1,6%
Francia*	1,2%
Otros	9,2%
Total	100%

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

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

La mayor parte de turistas encuestados en el momento de salida de la región, que sirvieron como informantes, y que declaran residencia habitual en Chile provienen de la Región Metropolitana (38,1%). Con menor frecuencia se observa la presencia de turistas cuyo origen es la región de Los Lagos (13,3%), de Valparaíso (9,9%) y de Biobío (8,7%).

Tabla 7. Porcentaje de turistas que sirvieron de informantes, por región de procedencia.

Región de residencia	%
Arica y Parinacota*	0,6%
Tarapacá*	0,6%
Antofagasta*	2,2%
Atacama*	2,6%
Coquimbo*	2,8%
Valparaíso	9,9%
Metropolitana	38,1%
Libertador Gral. Bernardo O'Higgins*	3,0%
Maule*	3,6%
Biobío	8,7%
La Araucanía	6,0%
Los Ríos*	2,6%
Los Lagos	13,3%
Aysén del Gral. Carlos Ibáñez del Campo*	0,0%
Magallanes y de la Antártica Chilena	6,0%
Total	100%

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

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

En contraste con el estudio de Demanda en Establecimientos de Alojamientos Turístico, para igual temporada, no se registran turistas informantes con residencia habitual en la región de Aysén debido a que no forman parte del diseño metodológico del Estudio de Flujo. Para más detalles se recomienda leer el apartado metodológico en el punto 3 de este documento.

Más del sesenta por ciento de las personas encuestados en el momento de salida de la región, que sirvieron como informantes, alcanzó el nivel técnico y universitario de educación (19,6% y 43%, respectivamente); y hay un 5,1% que declara haber alcanzado un nivel posgrado (Tabla 8). Cerca de un tercio alcanzaron un nivel de educación secundaria o menor.

Tabla 8. Porcentaje de turistas que sirvieron de informantes, según nivel educacional máximo alcanzado.

Nivel educacional	%
Sin estudios*	0,0%
Básica o Primaria	5,6%
Media o Secundaria	26,8%
Técnica	19,6%
Universitaria	43,0%
Posgrado	5,1%
Total	100%

(*) La estimación de turistas con este nivel educacional 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.

Entre los turistas informantes de este estudio, menos de un tercio viaja solo (30,2%) (Tabla 9). La mayoría hace el viaje por la región en grupos de 2 personas (28,5%), 3 personas (17,3%) y 4 personas (13,2%). Es menos frecuente encontrar grupos de viaje de 5 personas (7,2%), o 6 personas y más (3,7%).

Tabla 9. Cantidad de personas que componen el grupo de viaje

Número de personas que componen el grupo de viaje	%
1 persona	30,2%
2 personas	28,5%
3 personas	17,3%
4 personas	13,2%
5 personas	7,2%
6 o más personas	3,7%
Total	100%

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

De las personas que acompañan al turista que respondió a la encuesta, y que componen su grupo de viaje, la distribución por sexo es bastante equitativa: el 50,9% son hombres, y el 49,1% son mujeres (Tabla 10). Y sus edades se distribuyen en tramos de edad con una frecuencia relativa que disminuye gradualmente según aumenta la edad. Se destaca que más del cuarenta por ciento de las personas que acompañan al informante están en los primeros tramos edad, entre los 0 y 14 años, y los 15 y 24 años (Tabla 11).

Tabla 10. Porcentaje de hombres y mujeres que acompañan al turista informante en el viaje por la región

Sexo	%
Hombre	50,9%
Mujer	49,1%
Total	100%

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

Tabla 11. Porcentaje personas que acompañan al turista informante en el viaje por la región, según tramo de edad.

Tramo de edad	%
0 a 14 años	20,8%
15 a 24 años	20,6%
25 a 34 años	15,7%
35 a 44 años	12,5%
45 a 54 años	12,1%
55 a 64 años	11,9%
65 años y más	6,4%
Total	100%

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

La residencia habitual de las personas que acompañan al turista es Chile, en un 57,4% de los casos. El 42,6% restante son turistas que provienen de otros países (Tabla 12).

Es relevante observar que de las personas que no son residentes nacionales, el ochenta y seis por ciento corresponden a turistas que declaran su residencia habitual en Argentina. La mayor parte en Provincia del Chubut (51,9%) y 34,3% en otras provincias del país vecino. La presencia de turistas provenientes de Alemania, Brasil, España, Francia y Estados Unidos es notoriamente menor (Tabla 13).

Tabla 12. Porcentaje de personas que acompañan al turista informante en su viaje por la región, por país de procedencia.

Residencia	%
Chile	57,4%
Extranjero	42,6%
Total	100%

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

Tabla 13. Porcentaje de personas que acompañan al turista informante en su viaje por la región, por país de procedencia.

País de Residencia	%
Argentina - Provincia de Chubut	51,9%
Argentina - Otras provincias	34,3%
Alemania*	4,3%
Brasil*	2,2%
España*	1,2%
Francia*	0,6%
Estados Unidos*	0,6%
Otros	4,8%
Total	100%

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

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

Entre los turistas que acompañan al informante, y cuya procedencia es Chile, el 41% declara tener residencia habitual en la Región Metropolitana. También provienen de las regiones de Valparaíso (10%), Biobío (9,2%), y Los Lagos (9,1%) (Tabla 14).

Tabla 14. Porcentaje de personas que acompañan al turista informante, por región de procedencia. Solo aquellos con residencia habitual en Chile.

Región	%
Arica y Parinacota*	0,4%
Tarapacá*	0,2%
Antofagasta*	2,8%
Atacama*	3,9%
Coquimbo*	2,6%
Valparaíso*	10,0%
Metropolitana	41,0%
Libertador Gral. Bernardo O'Higgins*	2,8%
Maule*	2,9%
Biobío	9,2%
La Araucanía*	6,2%
Los Ríos*	2,5%
Los Lagos	9,1%
Aysén del Gral. Carlos Ibáñez del Campo*	1,0%
Magallanes y de la Antártica Chilena*	5,2%
Total	100%

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

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

Se cuenta un 1% de personas que componen el grupo de viaje que declara residir habitualmente en la región de Aysén. Es posible que estos casos correspondan a personas que están saliendo de la región a cumplir el rol de turistas en alguna otra región o país, y que están viajando en el grupo de viaje de un informante que es turista al momento de la observación.

La relación de parentesco de las personas que componen el grupo de viaje con el informante es en un 55,6% de los casos cónyuges o parejas; mientras que el 39,3% son hijos o hijas, y el 27,2% son otros familiares.

Está también un 17,5% de los informantes que viajan acompañados de amigos (Tabla 15).

Tabla 15. Porcentaje de personas que acompañan al turista informante, según relación de parentesco con el informante.

Relación con grupo de viaje	% (**)
Cónyuge o pareja	55,6%
Hijos/as	39,3%
Otros familiares	27,2%
Amigos	17,5%
Compañeros/as de trabajo	6,3%
Compañeros/as de gira de estudios*	0,1%
Otros*	0,2%

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

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

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

3.2. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

Los turistas que fueron encuestados al término de su viaje por la región, en los puntos de salida, declaran una permanencia que va desde 1 noche hasta más de 1 mes. Los que pernoctaron entre 1 y 3 noches alcanza el 20,7%; mientras, y que son una parte importante de los turistas dice haber pernoctado entre 4 y 7 noches (37,9%) y más de 1 semana (26,7%) (Tabla 16).

Un 13% dice haber dormido más de 2 semanas en la región. Y un 1,8% afirma haber permanecido más de un mes.

Por último, la permanencia promedio del turista que es captado a través del estudio de flujo asciende a 8,74 noches.

Tabla 16. Porcentaje de turistas por tiempo de permanencia en la región.

Tiempo de permanencia	%
1 a 3 noches	20,7%
4 a 7 noches	37,9%
Más de una semana	26,7%
Más de dos semanas	13,0%
Más de un mes*	1,8%
Total	100%

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

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

El flujo de turistas que visitan la región en temporada alta se produce principalmente en seis puntos de entrada y salida de pasajeros: Aeropuerto, Carretera Austral Norte (La junta), Puerto Chacabuco, y los pasos fronterizos Coyhaique Alto, Huemules y Jeinimeni.

El ingreso de turistas a la Región se produjo mayoritariamente por el Aeropuerto Balmaceda (50,9%), es decir, por un modo de transporte aéreo (Tabla 17 y Tabla 18).

Por Carretera Austral Norte dice haber ingresado un 15,3% de los turistas. Mientras que por los pasos fronterizos Coyhaique Alto lo hizo un 10,3%; por Huemules (Balmaceda) un 7,7%; y por el paso fronterizo Jeinimeni (chile Chico) ingresó un 7,5% de turistas (Tabla 17).

Por estos puntos de flujo terrestre de personas, el modo de transporte más utilizado es el vehículo particular (32,9%). Son menos los que ingresan en un transporte público como bus (6,4%), o prefieren un modo de transporte no automotor como el viaje a pie o a dedo (2,4%). El desplazamiento en vehículo de alquiler es cosa solo del 1,6% de los turistas cuando ingresan a la región (Tabla 18).

Finalmente, solo un 4,3% declara haber ingresado a la región a través del Puerto Chacabuco en un modo de transporte marítimo, en algún tipo de transbordador o barcaza (Tabla 17 y Tabla 18).

Tabla 17. Porcentaje de turistas por vía de ingreso a la región.

Vía de ingreso	%
Aeropuerto	50,9%
Carretera Austral Norte	15,3%
Paso Coyhaique Alto	10,3%
Paso Huemules	7,7%
Paso Jeinimeni	7,5%
Puerto Chacabuco	4,3%
Carretera Austral Sur*	1,0%
Otro	2,9%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en este paso de ingreso 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.

Tabla 18. Porcentaje de turistas por modo de transporte utilizado para ingresar a la región.

Medio de ingreso	%
Avión	51,0%
Vehículo particular	32,9%
Bus	6,4%
A pie / a dedo	2,4%
Vehículo de alquiler*	1,6%
Moto*	0,8%
Bicicleta*	0,3%
Transbordador / Barcaza	4,6%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en este medio de ingreso 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.

La principal motivación declarada por los turistas de este estudio es vacaciones (67,6%). Un 15,8% en cambio, dice visitar la región por motivos de trabajo. Mientras que un 13,4% señala haber ingresado a la región para visitar a familiares o amigos (Tabla 19).

Tabla 19. Porcentaje de turistas por motivo principal del viaje a la región de Aysén.

Motivo principal de viaje	%
Vacaciones	67,6%
Trabajo	15,8%
Visitas a familiares o amigos	13,4%
Compras*	0,8%
Deportes*	0,7%
Actividades culturales*	0,4%
Negocios*	0,4%
Viaje por salud*	0,2%
Educación y formación*	0,2%
Otro*	0,5%
Total	100%

(*) La estimación de turistas en este motivo de viaje 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.

Un tercio de los viajes de los turistas es inspirado por la ciudad de Coyhaique (33,5%), ya que ciertamente por ser capital regional y centro de servicios de la región es el principal origen y destino de los desplazamientos. Puerto Aysén, segundo centro urbano más importante de la región es mencionado en el 6,4% de los casos (Tabla 20).

Tabla 20. Lugar que motivó el viaje a la Región de Aysén

Lugar que motivó el viaje	%
Coyhaique	33,5%
Carretera Austral	14,5%
Capillas de Mármol	9,4%
Chile Chico	7,1%
Puerto Aysén	6,4%
Tortel*	2,8%
Chacabuco*	2,7%
Puerto Cisnes*	2,5%
Parque Nacional Queulat*	2,2%
Laguna San Rafael*	2,1%
Villa O'Higgins*	1,5%
Otro lugar turístico	15,3%
Total	100%

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

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

También las personas declaran haberse sentido motivados por la ruta Carretera Austral (14,5%). Y más al sur por las Capillas de Mármol (9,4%) y Chile Chico (7,1%).

Lugares que son atractivo turísticos de la región como Tortel, Parque Nacional Queulat, Laguna San Rafael, entre otros, se cuentan también entre lugares que motivan viajes, pero con menor frecuencia relativa que los mencionados anteriormente (Tabla 20).

Cuando se le pregunta a los informantes acerca de los lugares que efectivamente visitó durante el viaje por la región la configuración cambia porque se amplía el rango de posibilidades. Por ejemplo, el 51,5% de los turistas señalan haber incluido a Coyhaique dentro de su itinerario de viaje. Y más de un cuarto declara haber pasado por Puerto Aysén (26,4%) (Tabla 21).

Tabla 21. Lugares visitados por turistas en el viaje dentro de la región de Aysén.

Lugares visitados***	%**
Coyhaique	51,4%
Puerto Aysén	26,4%
Puerto Tranquilo	18,2%
Capillas de Mármol	13,7%
Chile Chico	13,6%
Chacabuco	12,4%
Carretera Austral	10,6%
Cochrane	9,8%
Balmaceda	9,7%
Puerto Ibáñez	8,6%
Villa Cerro Castillo	8,5%
Puyuhuapi	7,7%
Puerto Cisnes	6,9%
Parque Nacional Queulat	6,6%
La Junta	6,2%
Tortel	6,0%
Lago General Carrera	4,1%
Bosque Encantado	3,4%
Villa Mañihuales*	2,8%
Puerto Bertrand*	2,3%
Laguna San Rafael*	2,2%
Monumento Ovejero o Pionero*	2,2%
Reserva Cerro Castillo*	2,2%

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

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

(***) Existen 82 lugares más mencionados por los turistas, no se muestran en la tabla porque fueron visitados por menos del 2,2%.

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

Se cuenta también entre los lugares más visitados Puerto Tranquilo (18,2%), las Capillas de Mármol (13,7%), y Chile Chico (13,6%) en la zona del Lago General Carrera. Y Cochrane (9,8%), en la zona más al sur de la región.

En la zona norte lugares como Puerto Cisnes (6,9%), Puyuhuapi (7,7%), el Parque Nacional Queulat (6,6%) y La junta (6,2%) parecen ser los favoritos de los turistas (Tabla 21).

Entre lugares que más les gustaron a las personas que visitaron la región durante la temporada alta 2017 la variedad es muy alta. Sin embargo, el más nombrado es Coyhaique (23,5%) (Tabla 22).

Los turistas también declararon su gusto por las Capillas de Mármol (8,5%), Chile Chico (8,4%), Puerto Río Tranquilo (6,2%), y Puerto Aysén (5,8%), entre muchos otros lugares con menor frecuencia relativa (Tabla 22).

Tabla 22. Porcentaje del lugar visitado en el viaje por la región, y que más gustó al turista.

Lugar que más le gustó	%
Coyhaique	23,5%
Capillas de Mármol	8,5%
Chile Chico	8,4%
Puerto Río Tranquilo	6,2%
Puerto Aysén	5,8%
Tortel*	3,6%
Cochrane*	3,1%
Carretera Austral	2,9%
Parque Nacional Queulat*	2,9%
Laguna San Rafael*	2,8%
Puerto Cisnes*	2,7%
Villa Cerro Castillo*	2,5%
Bosque Encantado*	2,3%
Puerto Río Ibáñez*	2,1%
Chacabuco*	1,5%
Puyuhuapi*	1,3%
Lago General Carrera*	1,1%
Puerto Guadal*	0,9%
Villa O'Higgins*	0,8%
Glaciar Exploradores*	0,7%
Reserva Jeinimeni*	0,7%
La Junta*	0,6%
Otro lugar turístico	15,1%
Total	100%

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

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

En los lugares visitados, más de un tercio de los turistas alojaron en casa de familiares y amigos (35,1%). Pero también lo hicieron en cabañas (30,3%) y en hostales o residenciales (29,8%) (Tabla 23).

Un grupo menor, pero igualmente significativo, señala haber alojado en camping (14%) y otro tanto en hotel (13,7%). Son menos los que declaran haber pernoctado en algún otro alojamiento no pagado (4,6%).

Tabla 23. Principal tipo de alojamiento utilizado en el viaje por la región de Aysén

Tipo de alojamiento	%**
Casa de familiares o amigos	35,1%
Cabaña	30,3%
Hostal/Residencial	29,8%
Camping	14,0%
Hotel	13,7%
Otro alojamiento no pagado	4,6%
Otro alojamiento pagado*	1,5%

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

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

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

El servicio de alimentación más utilizado por los turistas que recorren la región es el restaurante (58,4%), seguido por la alternativa casa de familiares o amigos (32,3%) (Tabla 24).

Un grupo importante parece elegir alternativas más económicas como preparar la propia comida (28,2%) o comprar comida para llevar (9,9%).

Un 16,5% de los turistas prefiere comer en el mismo alojamiento donde está pernoctando.

Tabla 24. Principal servicio de comida utilizado en el viaje por la región de Aysén

Servicio de alimentación	%*
Restaurante	58,4%
Casa de familiares o amigos	32,3%
Preparó su propia comida	28,2%
Alojamiento turístico	16,5%
Comida para llevar	9,9%

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

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

El modo de transporte más utilizado para los desplazamientos al interior de la región es el automóvil particular (43,2%), y el bus como transporte público (30,7%). Hay otros que recorren la región en un vehículo prestado por algún familiar o amigo (18,4%); mientras otros prefieren alquilar un vehículo (17,1%) (Tabla 25).

Es interesante observar que un 13,4% de los turistas optan por recorrer la región a pie o a dedo.

Tabla 25. Principal tipo de transporte utilizado por turistas en el viaje por la región de Aysén

Tipo de alimentación	%**
Automóvil particular	43,2%
Bus / chárter	30,7%
Automóvil familiar o amigo	18,4%
Automóvil alquilado	17,1%
A pie / A Dedo	13,4%
Embarcación / Barcaza	5,6%
Bicicleta*	2,0%
Avión / Avioneta*	0,3%

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

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

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

Casi tres cuartos de las personas que visitaron la región de Aysén no contrataron servicios turísticos (72%). Entre los que sí declaran haber utilizado un servicio de este tipo 13,7% contrataron un operador turístico, el 13,4% un guía turístico, y el 4,1% una agencia de viajes (Tabla 26).

Tabla 26. Contratación de servicios turísticos por turistas en su viaje por la región.

Servicio turístico	%*
No utilizó estos servicios	72,0%
Operador turístico	13,7%
Guía turístico	13,4%
Agencia de viaje	4,1%

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

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

Por último, para completar la caracterización del viaje del turista en la región de Aysén, se le consultó respecto a las actividades que hizo durante su visita. Las respuestas son variadas, pero parece ser que las actividades de naturaleza son las que más llaman la atención de los visitantes (Tabla 27). Entre estas se incluyen actividades relacionadas con el avistamiento de flora y fauna, visitas a parques naturales y reservas y paseos por fiordos (55,7%).

También los turistas desarrollan actividades de esparcimiento (42,5%), entre las que se cuentan compra en comercio, asistencia a bares, casinos de juegos, exposiciones, cine y teatro.

Y actividades de deporte y aventura (40,1%) que agrupan prácticas como trekking, senderismo, pesca con mosca, montañismo, ciclismo, cabalgata, entre otras.

El gusto por actividades y expresiones culturales con identidad regional, como visitas a museos, experiencias de tradiciones locales, y fiestas costumbristas, parece haber sido compartido por un menor número de turistas, en comparación con los tipos de actividades antes mencionadas.

Destaca un grupo significativo de turistas que declaran no haber realizado ninguna actividad de las antes mencionadas.

Tabla 27. Actividades realizadas en el viaje por la Región de Aysén

Actividad Turística	%*
Actividades de naturaleza	55,7%
Actividades de esparcimiento	42,5%
Actividades de deporte y aventuras	40,1%
Actividades y expresiones culturales con identidad regional	28,1%
No realizó actividades turísticas	25,9%
Otra actividad turística pagada	3,1%

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

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

3.3. EXPERIENCIA DE VIAJE

La evaluación de la experiencia del turista en un viaje por la región reúne una serie de elementos subjetivos que dependen muchas veces de las expectativas que tenga antes de hacer el viaje, pero también del conjunto de sensaciones experimentadas en los días de permanencia, y también de las condiciones materiales que sirvieron a esa experiencia. Con este antecedente, es interesante observar las diferentes evaluaciones hechas por el turista frente a aspectos formulados en el cuestionario bajo la forma de afirmaciones, para conocer algo de esa dimensión subjetiva que sirve al análisis multidimensional del fenómeno del turismo regional.

Por ejemplo, *la experiencia en general* (de la visita a la región) es la afirmación con mejor evaluación, ya que el 97,9% de los turistas afirman que fue buena o muy buena (Tabla 28).

La experiencia de visitar sitios naturales y culturales también es puntuada de forma positiva en el 97,8% de los casos. Y *la emoción sentida al momento de visitar el sitio* es también percibida de la misma forma (96,8%).

Es interesante ver cómo el 96,2% de los turistas se van con la certeza de que la región *ofrece una experiencia diferente*. Y en parte puede que esto esté fomentado por *la hospitalidad de los residentes* que ellos mismos perciben en el viaje (96,1%).

Tabla 28. Calificación de la experiencia de viaje

Aspecto a calificar	Bueno o muy bueno	Regular	Malo o muy malo	Total
La experiencia en general	97,9%	1,3%*	0,9%*	100%
La experiencia de visitar sitios naturales/culturales	97,8%	2,8%*	1,2%*	100%
Su emoción de visitar el sitio	96,8%	1,6%*	0,5%*	100%
Le ofrece una experiencia diferente	96,2%	10,1%	2,1%*	100%
La hospitalidad de los residentes	96,1%	2,0%*	1,2%*	100%
La variedad de actividades turísticas	87,9%	3,2%	0,6%*	100%
Disponibilidad de información turística durante el viaje (hospedaje, restaurantes, recorridos, servicios, etc.)	62,0%	25,5%	12,6%	100%

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

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

Con una evaluación diez puntos más baja, el 87,9% de turistas señala que *la variedad de actividades turísticas es buena* o muy buena; pero también hay un 3,2% que opina que este aspecto es regular (Tabla 28).

El aspecto que ciertamente constituye una oportunidad de mejora para la región, es el de *disponibilidad de información turística durante el viaje (hospedaje, restaurantes, recorridos, servicios, etc.)*, ya que solo el 62% de los casos señala que es buena o muy buena; mientras que el 25,5% opina que es regular, y un 12,6% dice abiertamente que es mala o muy mala.

También con el objetivo de captar la subjetividad de los turistas que visitaron la región en temporada alta 2017, se les pidió que mencionara aspectos que a su juicio es lo mejor que la región ofrece a sus visitantes, y aquellos que considera debiera mejorar para que quedasen más contentos quienes visitan la región.

El 91,5% de los casos afirma que lo mejor es la *belleza escénica y atractivos naturales*. Y un 8,2% menciona un *atractivo turístico* específico que llamó su atención. Ambos aspectos relacionados con los paisajes y las bondades naturales de la región (Tabla 29).

Relacionado con aspectos culturales, el 19,5% opina que la amabilidad y hospitalidad de la gente es un aspecto destacado. Surge también como categorías espontáneas la gastronomía de la región como algo bueno. Y a nivel de sensaciones, los aspectos espirituales o emocionales de la visita.

Tabla 29. En su opinión, ¿Qué es lo mejor que ofrece la región de Aysén a sus visitantes?

Lo mejor que la región ofrece	%
Belleza escénica y atractivos naturales	91,5%
Amabilidad y hospitalidad de la gente	19,5%
Atractivos turísticos (y mención a lugar específico)	8,2%
Gastronomía	7,2%
Aspectos espirituales o emocionales de la visita	6,0%
Aventura y deporte de naturaleza*	2,2%
Cultura (tradiciones y costumbres locales)*	1,9%
Orden, limpieza y seguridad*	1,5%
Servicios e infraestructura complementaria al turismo (caminos, plazas, salud)*	1,3%
Conveniencia del comercio (precios, variedad de productos, disponibilidad)*	1,0%
Otros*	1,0%
Infraestructura turística (alojamiento, restaurante, información)*	0,9%
Total	100%

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

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

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

En contraste, entre los aspectos que emergen como los menos virtuosos de la región, la infraestructura para el turismo para ser el más relevante.

Por ejemplo, el 42,9% de los encuestados coincide en que los problemas de movilidad (deficiencia en estados de caminos, señalética, oferta de transporte público, seguridad vial) constituyen un obstáculo para la experiencia del turismo. También lo es la deficiencia de servicios turísticos como alojamientos y restaurantes (18,3%); y servicios complementarios al turismo como centros de salud, farmacias, cajeros, estación de servicios (10,4%) (Tabla 30).

El comercio, sus horarios y escasa variedad de productos, es algo que también preocupa al turista. Y en general (11,7%), la atención que las personas del comercio o de servicios turísticos ofrecen a los visitantes (5,4%).

Por último, como una oportunidad de mejora importante para la región, los turistas afirman que la *información turística y promoción de actividades* es un aspecto deficiente (16,6% de las menciones).

Tabla 30. ¿Y qué aspectos debieran mejorar para que los visitantes a la región de Aysén quedasen contentos con su viaje?

Aspecto	%
Problemas de movilidad (deficiencia en estados de caminos, señalética, oferta de transporte público, seguridad vial)	42,9%
Servicios turísticos (alojamiento, restaurante)	18,3%
Información turística y promoción de actividades	16,6%
Comercio (horarios, precios, variedad)	11,7%
Servicios públicos y otros complementarios al turismo (salud, farmacia, cajero, estación de servicio)	10,4%
Atención al cliente y capacitación	5,4%
Higiene público (limpieza de espacios, perros callejeros, reciclaje)	4,0%
Otro (conducta vial, accesibilidad a lugares privados, sistema de calefacción)*	2,5%
Oferta cultural*	2,3%
Servicios comunicacionales (internet, telefonía)*	1,3%
Hospitalidad del residente*	1,1%
Cuidado del medio ambiente*	0,5%
Total	100%

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

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

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

Pese a los aspectos percibidos de forma negativa por los turistas mencionados en el párrafo anterior, casi la totalidad de los turistas encuestados afirma volvería a la región de Aysén (99,1%). Y una proporción mayor (99,5%) señala que recomendaría a otra persona visitar la región (Tabla 31 y Tabla 32).

Tabla 31. ¿Usted volvería a la región?

Volvería a la Región	%
Si	99,1%
No*	0,9%
Total	100%

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

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

Tabla 32. ¿Recomendaría a otra persona que visite la región de Aysén?

Recomendaría la Región	%
Si	99,5%
No*	0,5%
Total	100%

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

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

3.4. GASTOS

Entre los turistas que visitaron la región en temporada alta, y que fueron captados en el Estudio de Flujo, el gasto promedio diario por persona asciende a \$45.144 (Tabla 33).

Tabla 33. Gasto promedio diario (\$) por persona en el viaje a la región, en pesos chilenos.

Gasto promedio diario (\$) por persona**	\$	45.144
---	-----------	---------------

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

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

Por tipo, el gasto hecho en alojamiento es de \$10.933 en promedio diario por persona. Mientras que en alimentación alcanza los \$9.496 (Tabla 34).

Cercano al gasto en alimentación se ubica el gasto en transporte, ya que el promedio diario por persona declarado por los turistas del Estudio de Flujo es de \$10.786.

Por otra parte, el gasto en actividades turísticas es de 3.245 pesos chilenos, diario por persona. Mientras que el gasto en agencia de viajes, operadores turísticos y guías de turismo alcanza los 892 pesos.

Por último, el gasto en el ítem comercio es en promedio de \$7.702, diario por persona (Tabla 34).

Tabla 34. Gasto promedio diario por persona, en pesos chilenos, por ítem de gasto.

Ítem		Gasto**
Alojamiento	\$	10.933
Alimentación	\$	9.496
Transporte	\$	10.786
Actividades turísticas	\$	3.245
Agencia de viajes/Operadores de viajes/guías de turismo*	\$	892
Comercio	\$	7.702

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

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

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

4. NOTAS METODOLÓGICAS

4.1. BASE DE DATOS

Del estudio de Estudio de Flujo en temporada alta 2017, surge como producto principal una base de datos en formato SPSS (*.sav*) compuesta por 1572 casos (en fila) y 192 variables (en columna).

La unidad de análisis de la base de datos es un/una turista, a quien se le describe según los atributos que figuran en cada una de las columnas.

Las variables, o atributos de los y las turistas, se organizan por sección de acuerdo al orden que presentan las variables en el cuestionario (Ver Anexo). Cada variable fue nombrada con una denominación 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, variables auxiliares que sirven al análisis de las primeras. El diccionario de variables que se presenta en anexo detalla cada una de las variables indicando 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.

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 (Ver Anexo). En notas técnicas se incluyen algunas recomendaciones metodológicas a tener en cuenta para un mejor aprovechamiento de esta información.

4.2. MARCO MUESTRAL

Por definición, las personas que salen de la región, lo hacen porque vuelven a su lugar de residencia habitual como puede ser una región de Chile distinta a la región de Aysén, u otro país de residencia más allá de las fronteras nacionales, pero también salen quienes habitualmente viven en la región de Aysén. Esto implica que, mientras el marco consideró el número de personas que salen de la región (habitantes y no habitantes de Aysén), el presente estudio aborda la descripción de turistas que visitan la región de Aysén pernoctando al menos una día, y que vuelven a su residencia habitual distinta a la región de Aysén.

Esto implicó que se realizó un ajuste en el número de personas que salen de la región, descontando aquellas personas que son residentes habituales de la región de Aysén, y obteniendo el total de

personas que visitan la región, pernoctando un día o más y que residen habitualmente fuera de la región de Aysén (ver Tabla 35).

Tabla 35 Tamaño muestral para personas que abandonan la región y Turistas externos, según medios de transporte y pasos fronterizos.

Medios de Transporte	Pasos Fronterizos	Marco Muestral (a)	Turistas foráneo (*) (b)
Total Región		131.588	70.299
Terrestre		54.858	27.125
	Rio Jeinimeni	29.081	9.241
	Huemules	10.288	7.442
	Coyhaique Alto	10.867	7.898
	Ibáñez	1.978	1.373
	Carretera Austral	2.644	1.171
Aéreo		53.024	34.790
	Balmaceda	53.024	34.790
Marítimo		23.706	8.385
	Puerto Chacabuco	23.706	8.385

(*) Turistas foráneo, corresponde a personas que salen de la región de Aysén y que residen habitualmente fuera de la región.

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

4.3. 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 otros². 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.

² Ver "Encuesta Suplementaria de Ingresos (ESI) Manual Conceptual y Metodológico", Junio 2017, Instituto Nacional de Estadísticas – Chile.

La Tabla 36 muestra distintos rangos de niveles del error relativo y del coeficiente de variación, y su respectiva clasificación en cuanto a si la estimación es confiable o no en términos estadísticos.

Tabla 36. 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.

4.4. INFORMANTE Y GRUPO DE VIAJE

En los resultados presentados en este documento, hay algunas tablas que resumen información referida al turista que sirve de informante de la encuesta, y otras tablas que contienen información que describen a las personas que acompañan en el viaje al informante. Esto gracias a que el cuestionario fue diseñado para, a través del informante, conocer algunas características básicas de sus acompañantes, como edad, sexo y país o región de procedencia.

Considerando lo anterior, 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 “turistas informantes”, integrar todas las personas que le acompañan, y pasar a hacer referencia del “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.

4.5. ESTIMACIÓN DE GASTO POR TURISTA

La Encuesta de Flujo Turístico fue recogida entre los meses de Enero y Febrero del año 2017. Por lo tanto, para efectos de cálculo de gastos, las personas tanto chilenas como extranjeras declararon su consumo en pesos chilenos o en alguna moneda internacional. Entre quienes declararon el gasto en peso chileno, se considera el monto en pesos chilenos nominales considerando el día y mes de recogida de la información. Mientras que entre quienes realizaron un gasto en otras monedas, se estimó el promedio del tipo de cambio mensual para las diferentes monedas registradas en el estudio. Por lo tanto, los diferentes gastos se expresan en términos nominales considerando el periodo de levantamiento enero a febrero del 2017.

Para el cálculo de gasto promedio por turista, se presentan la medición del promedio de gasto por cada grupo de personas que fueron encuestadas al momento de salir de la región de Aysén. Esta medición incluye tanto a grupos 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, ponderado por el tamaño del grupo³.

Por lo tanto, entre las personas que realizan gasto en alojamiento, un 76,9% de los turistas realiza algún gasto en alojamiento, y cuyo pago diario promedio por persona expresado en peso chileno, fue de \$13.128 (Tabla 37). Mientras que entre quienes realizaron un gasto en alimentación, que corresponde al 94,2% de los turistas, el consumo promedio diario por persona fue de \$8.946. Además, entre quienes realizaron un gasto en transporte, que corresponde al 82,3% de los turistas, el consumo promedio diario por persona fue de \$11.217. Por otro lado, un 48,3% de los turistas realiza algún gasto en actividades turísticas, y entre quienes realizan algún gasto en este ítem, destinan un promedio diario de \$6.275. Y en menor proporción, un 11,4% de los turistas realizan algún gasto en agencia de viajes, operadores o guías de turismo, con un consumo promedio diario de \$10.015. Por último, un 84,5% de los turistas realiza algún gasto en comercio durante su viaje, con un consumo diario promedio de \$7.781, entre quienes gastan en consumo.

³ Se reestima el peso específico de cada grupo en función del tamaño de grupo, dado que el peso del gasto promedio representa un número diferentes de personas. Además, existe una relación inversa entre tamaño de grupo y gasto debido a la presencia de economías de escalas presentes al aumentar el tamaño del grupo.

Considerando todos los gastos anteriores, el promedio de gasto por cada turista que visita la región de Aysén es de \$40.938 al día, correspondiendo a un 97,3% del total de turistas.

Tabla 37. Gasto promedio diario por persona, en pesos chilenos

Ítem	Proporción(*)	Gasto(**)
Alojamiento	76,9%	\$ 13.128
Alimentación	94,2%	\$ 8.946
Transporte	82,3%	\$ 11.217
Actividades turísticas	48,3%	\$ 6.275
Agencia de viajes/Operadores de viajes/guías de turismo	11,4%	\$ 10.015
Comercio	84,5%	\$ 7.781
Gasto promedio diario (\$) por persona**	97,3%	\$ 40.938

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

(**)Pesos chilenos nominales para el periodo enero-marzo 2017. La captura del dato se realizó en diversas monedas, las cuales fueron convertidas a peso chileno.

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

4.6. 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 más razones por las que estaba allí, y que además las jerarquizara donde el primer motivo era el más importante, y el último mencionado sería el menos importante. Por lo tanto, en la base de datos existen 5 variables referidas al motivo, a saber:

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

La mayor parte de los informantes respondieron 1 o 2 motivos, pero hay quienes seleccionaron hasta 5 motivos.

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

De esta forma, es posible profundizar en un análisis de los dos o tres motivos principales, especialmente interesante cuando categorías como “Visitas a familiares o amigos” presentan una alta frecuencia, pero en segundo orden de importancia para quien responde (Tabla 38).

Tabla 38. Porcentaje de turistas por motivo de viaje. Motivo principal, secundario y terciario.

Motivo	1° Lugar	2° Lugar	3° Lugar
Vacaciones	67,6%	38,0%	5,2%*
Trabajo	15,8%	1,2%*	30,6%*
Visitas a familiares o amigos	13,4%	43,4%	3,8%*
Compras*	0,8%	5,2%	43,7%
Deportes*	0,7%	4,4%	2,0%
Otro*	0,5%	1,0%	0,0%
Actividades culturales*	0,4%	5,3%	5,1%
Negocios*	0,4%	1,2%	0,0%
Viaje por salud*	0,2%	0,4%	0,0%
Educación y formación*	0,2%	0,0%	9,7%*
Total	100%	100%	100%

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

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

Se hace esta aclaración para orientar al analista de esta información 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.

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

En contraste con la pregunta anterior referida al motivo para visitar la región, existe en la base de datos 4 variables cuyo tratamiento si es posible a través del método “aspectos que tienen más menciones”. Es el caso de la serie de variables que se denominan:

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

En este caso, el ejercicio solicitado al informante es diferente, no se le pidió que jerarquizase su propia respuesta, por lo que contar la frecuencia relativa en base al total de menciones –y no de personas que las declaran- pasa a ser el análisis más adecuado.

Considerando que estas variables fueron recopiladas a través del cuestionario como preguntas abiertas, las categorías que allí aparecen son el resultado de un proceso de categorización de respuestas abiertas en base a datos que son de tipo textual cuyas etapas son las siguientes:

- i. Se hace una lectura general de las respuestas de los informantes en las tres columnas “mejores aspectos que ofrece la región, y por separado las tres columnas textuales de los tres “aspectos que la región debiera mejorar para sus visitantes”.
- ii. A partir de la lectura se extraen las categorías conceptuales subyacentes a los enunciados. Este paso requiere de un análisis cualitativo de tipo interpretativo para crear categorías que mejor representen lo expresado por los informantes. Estas categorías reciben el nombre de “categorías emergentes”.
- iii. Se hace un análisis cuantitativo de frecuencias para conocer la concentración de respuestas en cada una de las categorías emergentes propuestas. Y se agrupan las categorías con menor presencia relativa asociándolas en una categoría emergente con igual nivel semántico.
- iv. Con la categorización definitiva, se procede a asignar un valor a cada uno de los enunciados textuales expresados por los informantes.
- v. Por último, se ingresa a la base de datos la nueva variable “categorizada” que contienen solo valores numéricos y se elimina la variable original con datos textuales. Luego se procede a hacer el análisis de frecuencia definitivo del cual resultan los tabulados que se presentan en este informe (Tabla 29 y Tabla 30).
- vi. La utilidad de este procedimiento es captar aspectos que emergen de forma espontánea en el discurso de los informantes, sin el sesgo de una propuesta de respuesta pre-diseñada como es el caso de las preguntas de selección con alternativas estandarizadas.

4.8. REGIONALIZACIÓN NACIONAL VIGENTE

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

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 las tablas (Tabla 7 y Tabla 14) que refieren a la procedencia de los turistas nacionales.

5. CONCLUSIONES

El estudio de Demanda en Puntos de Flujo de Turistas en temporada alta, entrega importante información del comportamiento de la totalidad de turistas que transitaron por algún punto de flujo, sus características sociodemográficas, las actividades y hábitos de consumo que desarrollan durante el viaje, y las percepciones y opiniones que construyen a partir de lo que la región ofrece en tanto experiencia de viaje. La riqueza de esta información radica en el levantamiento de información primaria; es decir, la proximidad establecida con las personas que cumplieron el rol de turistas en los meses estivales, y que accedieron a responder cada una de las preguntas del estudio.

Desde una perspectiva global, es importante tener en cuenta las características distintas de los estudios de demanda en establecimientos de alojamiento turístico (EAT) y el estudio de puntos de flujo, lo que permite entender las fortalezas y debilidades de cada uno. En el caso del estudio de puntos de flujo, la principal fortaleza es que captura información de la diversidad de turistas (no sólo los que alojan en un establecimiento), captando aquellas personas que pernoctan en casas de familiares o amigos o en algún alojamiento de tipo informal o camping. Sin embargo, en contra partida, se obtiene información más acotada, debido a las restricciones del proceso de levantamiento porque los turistas en tránsito tienen menos tiempo para responder y por lo tanto se les aplica un cuestionario más breve.

Con estas consideraciones en cuenta, y más allá de los resultados específicos que se pueden observar en cada uno de los cuadros del apartado de resultados, resulta relevante 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.

Coherentemente con la importancia 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 los aspectos metodológicos 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. En este contexto, es fundamental para los analistas comprender la estructura y la lógica del cuestionario.

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 estratégico

Considerando algunos de los resultados el Observatorio 2012, y aunque no se pueden establecer comparaciones directas sin profundizar en algunos aspectos metodológicos, se pueden observar algunas variables estratégicas en ambos estudios de flujo y visualizar algunas tendencias que ameritan mayor análisis en etapas posteriores.

Es el caso de la composición del turista en términos de procedencia, se ratifica en números globales que los turistas extranjeros oscilan en torno al 33 - 35% y los nacionales en torno al 65-67%, no percibiéndose cambios significativos.

Sí se observan ajustes en la composición de los turistas tanto a nivel nacional como extranjeros. En los extranjeros, sube considerablemente la presencia de turistas argentinos, consolidándose con cerca de un 80%, disminuyendo la presencia relativa de los otros países, aunque siguen resaltando turistas de Estados Unidos, Alemania y Francia. A nivel nacional, se reduce presencia turistas de la región Metropolitana, con mayor diversificación de otras regiones.

En términos de la estadía, el grupo mayoritario de turistas declara un tiempo de estadía promedio de 4-7 días, no presentando en principio diferencias significativas. Como segunda opción en importancia destacan los turistas que declaran quedarse más de una semana, tampoco presentando mayores diferencias en ambas mediciones.

En otra categoría de análisis destaca la importancia del alojamiento en casa de familiares o amigos, siendo el principal tipo de alojamiento declarado, resultando un dato muy consistente en ambas mediciones y que incluso tiende a aumentar en el presente estudio. Este es precisamente un tema relevante al estimar gastos promedio de los turistas y considerar (o no) los gastos relativos a alojamiento.

Aunque resulta complejo una comparación directa respecto a las vías de ingreso a la región, porque en la medición anterior existieron dificultades técnico – operativas en el análisis de carretera austral, resulta muy llamativo el importante porcentaje que presenta en la actualidad la vía de ingreso por carretera austral norte, cercana al 15%.

Se debe enfatizar finalmente, 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) ⁴
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.

⁴ 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 horas⁵.

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.) ⁶ .

5 Glosario de Turismo SERNATUR, Departamento de Planificación.

6 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 CIIU 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 CIIU, 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

⁷ 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).

actividad sea característica del turismo se denominarán industrias turísticas (RIET, 2008, párrafo 5.16).

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 salariables 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 (CIIU 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).