



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

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

Abril 2018

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

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS
DIRECCIÓN REGIONAL DE AYSÉN

Informe Final
Encuesta de Viviendas de la Región de Aysén
Abril 2018

Director Regional : Manuel Vivar Águila
Jefe Unidad Técnica : Héctor Vergara Vicuña
Jefa de Proyecto : Carolina Palma Arce
Analistas: Felipe Rojas Pizarro, Rosa Machacán Navarrete, Alvaro Mascareño
Colaboraron: Departamento de Investigación y Desarrollo, y Unidad e Proyectos Regionales, INE
Central.

CONTENIDO

1. ANTECEDENTES.....	9
2. METODOLOGÍA DEL DISEÑO MUESTRAL TEMPORADA BAJA AÑO 2017 ESTUDIO DEMANDA EN VIVIENDAS.....	10
2.1. CONSIDERACIONES PARA EL DISEÑO MUESTRAL.....	10
2.1.1. Cobertura Geográfica.....	10
2.1.2. Período de Referencia y Periodicidad.....	10
2.1.3. Nivel de estimación.....	10
2.2. DISEÑO MUESTRAL.....	10
2.2.1. Unidad de muestreo y unidad de información.....	11
2.3. MARCO MUESTRAL.....	11
2.3.1. Estratificación del Marco Muestral.....	12
2.4. TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	14
2.5. SELECCIÓN DE UNIDADES MUESTRALES.....	16
2.5.1. Selección de unidades de primera etapa.....	16
2.5.2. Selección de unidades de segunda etapa.....	17
2.6. FACTOR DE EXPANSIÓN.....	17
2.6.1. Factor de Expansión Teórico.....	18
2.6.2. Factor de Expansión Segmentado por sexo y tramo de edad.....	21
2.6.3. Factor de Expansión ajustado al total de la población.....	22
2.7. ESTIMADORES Y VARIANZAS.....	22
2.7.1. Nomenclatura utilizada para el cálculo de los estimadores.....	22
2.7.2. Estimadores del Total de viviendas.....	23
2.7.3. Varianza de los estimadores.....	24
2.8. RESULTADOS PROCESO DE MUESTREO.....	29
2.8.1. Estimación del total de viviendas.....	29
2.8.2. Estimación del total de población.....	29
3. PRINCIPALES RESULTADOS.....	31

3.1. CARACTERIZACIÓN DEL O LA INFORMANTE Y DE LAS PERSONAS QUE COMPONEN EL HOGAR	31
3.2. VIAJES REALIZADOS POR LAS PERSONAS QUE COMPONEN EL HOGAR	34
3.2.1. Viajes dentro de la Región	37
3.2.2. Viajes en Chile, fuera de la Región de Aysén	44
3.3. GASTOS EN VIAJES	47
3.4. VISITAS RECIBIDAS EN VIVIENDAS	48
3.5. MERCADO LABORAL EN TURISMO	50
3.6. OPINIÓN ACERCA DEL TURISMO REGIONAL	52
4. NOTAS METODOLÓGICAS	56
4.1. BASE DE DATOS	56
4.2. COEFICIENTES DE VARIACIÓN	58
4.3. INFORMANTE, INTEGRANTES DEL HOGAR Y GRUPO DE VIAJE	59
4.4. ESTIMACIÓN DE GASTO POR TURISTA	60
4.5. MOTIVOS DE VIAJE	61
4.6. REGIONALIZACIÓN NACIONAL VIGENTE	62
5. CONCLUSIONES	63
A un nivel metodológico	63
A un nivel de resultados estratégicos	64
ANEXOS	67
GLOSARIO DE TÉRMINOS Y SIGLAS	67
DICCIONARIO DE VARIABLES	¡Error! Marcador no definido.
CUESTIONARIO	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Conformación de grupos de tamaño en el Marco Muestral 2015.	13
Tabla 2. Total de manzanas con 7 y menos viviendas por comuna.	14
Tabla 3. Descripción Tamaño Muestral Teórico.....	14
Tabla 4. Distribución de la muestra de UPM y USM por comuna y área.....	15
Tabla 5. Distribución de viviendas seleccionadas, según su tipo de elegibilidad y logro en terreno.	20
Tabla 6. Distribución de las viviendas seleccionadas, logradas y con presencia de turismo emisoro en cada estrato.....	26
Tabla 7. Distribución Conglomerados y viviendas según nuevos estratos (Varstrat).....	27
Tabla 8. Resumen Varstrat.....	27
Tabla 9. Estimación de viviendas con Factor Ajustado	29
Tabla 10. Estimación de viviendas con Factor Ajustado	29
Tabla 11. Errores relativos y absolutos de la estimación de la proporción (P) de viviendas.....	30
Tabla 12. Porcentaje de hombres y mujeres entre informante idóneo.....	31
Tabla 13. Porcentaje personas informante idóneo por tramo de edad.....	32
Tabla 14. Porcentaje del nivel máximo de educación formal alcanzado por el informante idóneo. .	32
Tabla 15. Porcentaje de personas (informante idóneo) que nacieron en la región de Aysén.	33
Tabla 16. Porcentaje de personas (informante idóneo) por año de llegada a la región.	33
Tabla 17. Porcentaje de hombres y mujeres entre las personas que componen el hogar	33
Tabla 18. Porcentaje de personas que componen el hogar por tramo de edad.....	34
Tabla 19. Porcentaje de hogares cuyos integrantes realizaron algún viaje durante la Temporada Baja 2017.....	34
Tabla 20. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje durante la Temporada Baja 2017.....	35
Tabla 21. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje al interior de la región durante la Temporada Baja 2017.....	35
Tabla 22. Porcentaje de personas que viajaron al interior de la región de Aysén durante Temporada Baja 2017, por principal motivo de viaje.	35

Tabla 23. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje dentro de Chile, fuera de la Región de Aysén, durante Temporada Baja 2017.....	36
Tabla 24. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje fuera de Chile durante Temporada Baja 2017.....	36
Tabla 25. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje fuera de la región de Aysén durante Temporada Baja 2017, por motivo principal de viaje.	36
Tabla 26. Porcentaje de personas que no realizaron algún viaje en Temporada Baja 2017, por motivo principal de no viaje.....	37
Tabla 27. Porcentaje de lugares más visitados de la región de Aysén, por las personas del hogar que viajaron.....	38
Tabla 28. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, por cantidad de días que duró el viaje.....	38
Tabla 29. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, por tamaño del grupo de viaje.	39
Tabla 30. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén en compañía de otras personas que no son integrantes de su hogar.	39
Tabla 31. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, según tipo de alojamiento más utilizado durante el viaje.	40
Tabla 32. Porcentaje de personas que viajaron por la región, según nivel de satisfacción con el tipo de alojamiento más utilizado durante el viaje.	40
Tabla 33. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, según servicio de alimentación más utilizado durante el viaje.	41
Tabla 34. Porcentaje de personas que viajaron por la región, según nivel de satisfacción con el servicio de alimentación más utilizado durante el viaje.	41
Tabla 35. Porcentaje de personas que viajaron por la región, según modo de transporte más utilizado.	42
Tabla 36. Porcentaje de personas que viajaron por la región, según nivel de satisfacción con el modo de transporte más utilizado.....	42
Tabla 37. Porcentaje de personas que viajaron por la región y contrataron algún servicio de Guía de Turismo, Tour Operador y Agencia de Viajes.....	42
Tabla 38. Porcentaje de personas que viajaron por la región por el tipo de actividades turísticas que realizaron durante el viaje.	43

Tabla 39. Porcentaje de personas que viajan por Chile según, región visitada.	44
Tabla 40. Porcentaje de personas que viajan por Chile, según número de días que dura el viaje. ...	45
Tabla 41. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, por tamaño del grupo de viaje.	45
Tabla 42. Porcentaje de personas que viajan por Chile, excepto región de Aysén, según por el que salieron de la región.	46
Tabla 43. Porcentaje de personas que viajan por Chile, excepto región de Aysén, según por el que entraron a la región.	46
Tabla 44. Promedio del gasto total por día por persona en el viajes al interior de la región.....	47
Tabla 45. Promedio del gasto por ítem, por día por persona en el viaje al interior de la región.	47
Tabla 46. Promedio del gasto total por día por persona en viajes en Chile, fuera de la región.	48
Tabla 47. Porcentaje de hogares que recibieron visitas que pernoctaron al menos una noche, durante la temporada baja 2017.....	48
Tabla 48. Porcentaje de hogares que recibieron visitas durante la temporada baja 2017, según parentesco con el informante del hogar.	49
Tabla 49. Porcentaje de hogares que recibieron visitas durante la temporada baja 2017, según motivo de viaje de las visitas.....	49
Tabla 50. Porcentaje de hogares que recibieron visitas durante la temporada baja 2017, según días que estas visitas permanecieron en la región.....	50
Tabla 51. Porcentaje de personas de 15 años y más que realizaron alguna actividad turística en temporada baja 2017.	51
Tabla 52. Porcentaje de personas de 15 años y más que realizaron alguna actividad turística en temporada baja 2017 como actividad principal.	51
Tabla 53. Porcentaje de personas de 15 años y más con estudios formales en turismo.....	52
Tabla 54. Porcentaje de informantes según opinión expresada frente a proposiciones relacionada con el turismo. Aspectos del desarrollo del turismo.	53
Tabla 55. Porcentaje de informantes según opinión expresada frente a proposiciones relacionada con el turismo. Aspectos relativos a las actitudes sobre el desarrollo del turismo.	54
Tabla 56. Porcentaje de informantes según opinión expresada frente a proposiciones relacionadas con el turismo. Aspectos relativos a la conservación natural y cultural de la región.....	55
Tabla 57. Porcentaje de informantes que recomendaría a otra persona visitar la región de Aysén. 55	

Tabla 58. Clasificación del Error Relativo (al 95%) y Coeficiente de Variación.....	59
Tabla 59. Gasto promedio diario por persona en viajes en Aysén, según ítem.	61
Tabla 60. Gasto promedio diario por persona en viajes en Aysén**.....	61

ÍNDICE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Síntesis de unidades de análisis presentes en la estructura de la Base de Datos del Estudio de Demanda en Viviendas Temporada Baja 2017.	57
--	----

1. ANTECEDENTES

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

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

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

Durante la temporada baja se levantaron 529 viviendas pertenecientes a las comunas de Coyhaique, Aysén, Cisnes, Chile Chico, Cochrane y Río Ibáñez, y que se distribuyeron en las áreas urbanas y rurales de la región.

Objetivo General

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

Objetivos Específicos

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

2.1. CONSIDERACIONES PARA EL DISEÑO MUESTRAL

2.1.1. Cobertura Geográfica

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

2.1.2. Período de Referencia y Periodicidad

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

2.1.3. Nivel de estimación

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

2.2. DISEÑO MUESTRAL

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

Específicamente el diseño muestral de esta encuesta corresponde a un diseño muestral estratificado, por conglomerados, probabilístico y bi-etápico.

2.2.1. Población Objetivo

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

2.2.1. Unidad de muestreo y unidad de información

Unidad de Muestreo

Las unidades de muestreo son seleccionadas en dos etapas:

- Unidades de Primera Etapa: Corresponde a conglomerados (manzanas y secciones) dentro de cada estrato de muestreo.
- Unidades de Segunda Etapa: Corresponden a las viviendas dentro de cada conglomerado seleccionado.

Unidad de Información

La unidad de información son las personas representadas por un informante idóneo dentro de las viviendas particulares seleccionadas de la región.

2.3. MARCO MUESTRAL

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

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

Las unidades del marco muestral se encuentran ordenadas en forma jerárquica, a través de la división político administrativa y, corresponden en orden descendiente, a región, provincia y comuna. Al interior de cada comuna se conforma la división censal que da origen a las áreas geográficas denominadas urbana y rural.

2.3.1. Estratificación del Marco Muestral

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

Dentro del marco muestral se distinguen 2 tipos de estratificaciones:

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

Estratificación Geográfica

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

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

- Ciudad (CD): Centro urbano conformado por uno o un conjunto de centros urbanos adyacentes con 40.000 o más habitantes.

- Resto de Área Urbana (RAU): Esta clasificación aparece cuando en una comuna existe una ciudad (CD) y uno o más centros urbanos con población entre 2.000 y 40.000 habitantes.
- Urbano (U): Esta clasificación aparece cuando en una comuna no existe una ciudad (CD), pero sí, centros urbanos, por lo que cada uno de estos se denominan simplemente como urbanos (U).
- Rural (R): Conformado por el conjunto de entidades clasificadas como rurales de acuerdo a un tamaño poblacional menor a 1.000 habitantes, o entre 1.001 y 2.000 habitantes con predominio de población económicamente activa dedicada a actividades primarias¹.

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

Estratificación del marco urbano por Grupos de Tamaño

En el marco de manzanas existe una estratificación en 6 grupos de tamaño, dependiendo del número de viviendas que contienen las manzanas. Esta clasificación permite realizar una selección heterogénea de ellas, manteniendo la proporcionalidad dentro de cada grupo de tamaño, lo que implica que cada manzana de este marco está estratificada en forma geográfica (división político-administrativa), y además por estos grupos, según muestra la siguiente tabla (Tabla 1).

Tabla 1. Conformación de grupos de tamaño en el Marco Muestral 2015.

Grupo de tamaño	Rango de viviendas	Total de Manzanas	% de manzanas	Total de Viviendas	% de Viviendas
0	1 a 7	118	11,47%	454	2,04%
1	8 a 23	543	52,77%	8659	38,91%
2	24 a 44	308	29,93%	9212	41,40%
3	45 a 79	52	5,05%	2819	12,67%
4	94 a 146	6	0,58%	680	3,06%
5	156 a +	2	0,19%	429	1,93%
Total		1.029	100,00%	22.253	100,00%

Fuente: Departamento de Investigación y Desarrollo, INE.

¹ Agricultura, caza, pesca, etc.

En este marco, son excluidas aquellas manzanas pertenecientes al grupo 0, es decir, aquellas que contienen 7 o menos viviendas debido a potenciales problemas operativos y de costos. En la Tabla 2, se detalla la incidencia en el MM20015.

Tabla 2. Total de manzanas con 7 y menos viviendas por comuna.

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

Fuente: Departamento de Investigación y Desarrollo, INE.

Según estos 2 tipos de estratificación, los estratos de muestreo para el área urbana corresponden a la intersección de “Comuna” con “grupos de tamaño”.

2.4. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño muestral se requiere de un parámetro de interés asociado a los objetivos de la encuesta. Dicha variable proviene de la versión anterior del estudio² y corresponde a la proporción de viviendas en que al menos uno de sus integrantes realiza algún viaje turístico interno, emisoro nacional o emisoro extranjero.

La

Tabla 3 muestra las estimaciones del parámetro de interés, junto con sus estadísticos asociados. A partir de éstos se proponen errores relativos y absolutos y se estima el tamaño muestral.

Tabla 3. Descripción Tamaño Muestral Teórico

Región de Aysén	Estimador de la razón (P)	Error Absoluto	Error Relativo	Tamaño Logrado	Tasa de no respuesta	Error Absoluto propuesto (e)	Error relativo propuesto	Muestra Objetivo (m)	Tamaño con sobremuestreo
	37,00%	6,00%	16,20%	481	30%	6,00%	16,20%	481	676

² Estudio de demanda en viviendas particulares, temporada baja 2014. Observatorio turístico de la Región de Aysén.

Fuente: Departamento de Investigación y Desarrollo, INE.

Para una estimación $\hat{p} = 37\%$ y un error absoluto propuesto de 6% se obtiene el tamaño muestral según la expresión (1):

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

Donde:

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

Dicha expresión da origen a 481 viviendas a encuestar (muestra objetivo). Considerando una tasa de no respuesta de 30%, el tamaño muestral con sobremuestreo alcanza a 676 viviendas por temporada.

Obtenido el tamaño muestral a nivel de región, la distribución de las viviendas a encuestar en las comunas se realiza proporcionalmente en relación al número de viviendas que contienen en el marco y, de igual forma, dentro de las áreas que las componen (urbano, RAU y rural).

Luego, se distribuye en manzanas y secciones según área. Para el levantamiento de temporada baja 2017, se requieren 91 manzanas y 15 secciones, tal como se aprecia en la Tabla 4.

Tabla 4. Distribución de la muestra de UPM³ y USM⁴ por comuna y área.

Distribución de UPM por comuna - área						
Comunas Región de Aysén	Urbano (RAU)			Rural		Total Viviendas
	N° Manzanas	N° Secciones	N° Viviendas encuestas	N° Secciones	N° Viviendas encuestas	
Coyhaique	61	0	390	4	40	430
Aysén	30	0	127	1	10	137
Cisnes	0	1	12	1	14	26
Cochrane	0	2	20	1	10	30
Chile Chico	0	2	20	1	13	33
Río Ibáñez	0	0		2	20	20
Total Regional	91	5	569	10	107	676

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

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

2.5. SELECCIÓN DE UNIDADES MUESTRALES

La selección de unidades se realiza en 2 etapas.

2.5.1. Selección de unidades de primera etapa

Selección de Manzanas

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

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

$$P_{hg}(i) = \frac{n_{hg}}{N_{hg}} \quad (2)$$

Donde:

h : Representa el índice de la comuna.

g : Representa el índice del grupo de tamaño ($g = 1,2,3,4,5$).

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

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

Selección de Secciones

La selección de secciones se realiza al interior de cada comuna – área, en forma sistemática y con igual probabilidad. Así, la probabilidad de inclusión de la i -ésima unidad de primera etapa está dada por:

$$P_h(i) = \frac{n_{hg}}{N_{hg}} \quad (3)$$

Donde:

- h : Representa el índice de la comuna.
- g : Representa el índice del área. $g = Rau, Rural$.
- n_{hg} : Corresponde al número de secciones seleccionadas en la comuna h - área g .
- N_{hg} : Corresponde al número de secciones en el marco en la comuna h - área g .

2.5.2. Selección de unidades de segunda etapa

La selección de unidades de segunda etapa (viviendas dentro de cada unidad de primera etapa seleccionada), se realizó con probabilidad igual para todas las viviendas dentro de la respectiva unidad, mediante una selección sistemática. De este modo, la probabilidad de selección de la j -ésima vivienda en la i -ésima unidad de primera etapa corresponde a:

$$P_{hgi}(j) = \frac{m_{hi}}{M'_{hi}} \quad (4)$$

Donde:

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

2.6. FACTOR DE EXPANSIÓN

El factor de expansión se interpreta como la cantidad de personas en la población que representa un individuo en la muestra. De acuerdo al diseño muestral, corresponde al aplicado a una muestra en dos etapas. Este depende del número de viviendas que tienen las unidades de primera etapa (manzanas o secciones) y de la cantidad de éstas unidades en cada estrato. También depende del

número de viviendas actualizadas en el conglomerado y del total de conglomerados existentes en el marco muestral.

El factor incluye los siguientes ajustes:

- En el área urbana, ajuste por exclusión de unidades de primera etapa (manzanas con menos de 8 viviendas)
- Ajuste por elegibilidad y no respuesta.
- Ajustes a stocks poblacionales segmentados por sexo y tramo de edad a nivel de comuna-área.
- Ajuste a stock poblacionales totales a nivel de comuna área.

2.6.1. Factor de Expansión Teórico

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

El cálculo se desglosa de la siguiente manera que se describe a continuación.

Factor de unidades de primera etapa

El cálculo del factor correspondiente a unidades de primera etapa, se muestra en la expresión (5):

$$F_{1hg} = \frac{N_{hg}}{n_{hg}} \quad (5)$$

Donde:

N_{hg} : Corresponde al total de unidades de primera etapa o conglomerados en el marco, en el estrato h y en el área o grupo de tamaño g .

n_{hg} : Corresponde al total de unidades de primera etapa o conglomerados en la muestra, en el estrato h y en el área o grupo de tamaño g .

Factor ajustado por exclusión de UPM (Conglomerados)

Este ajuste solo se realiza para el área urbana y consiste en multiplicar el factor de selección de los conglomerados por la razón entre el número de viviendas que posee el marco en el estrato h (M_h) y el número estimado de viviendas que se obtiene a través de los conglomerados seleccionados, utilizando el factor de expansión de unidades de primera etapa $(\sum_{g \in h} \sum_{i \in S_h} F_{1hg} * M_{hi})$.

Para el caso de las secciones esta razón es igual a 1 y, por lo tanto, $F_{2h} = F_{1hg}$.

Lo anterior se muestra en la expresión (6):

$$F_{2h} = F_{1hg} * \frac{M_h}{\sum_{g \in h} \sum_{i \in S_h} F_{1hg} * M_{hi}} \quad (6)$$

Donde:

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

M_{hi} : Es el número de viviendas totales en cada UPM o conglomerado i de la muestra de la comuna h .

$\sum_{g \in h} \sum_{i \in S_h} F_{1hg} M_{hi}$: Corresponde al número estimado de viviendas que se obtiene a través de los conglomerados seleccionados en la muestra en la comuna h .

S_h : Corresponde al conjunto de conglomerados seleccionados en la comuna h .

Factor de Unidades de Segunda Etapa

La probabilidad condicional de incluir la j -ésima vivienda de la i -ésima UPM seleccionada en el estrato h g , está determinada por la expresión (7):

$$F_{3hgi} = F_{2h} * \frac{M'_{hgi}}{m_{hgi}} \quad (7)$$

Donde:

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

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

Factor ajustado por no respuesta

Al término del levantamiento de la información, todas las viviendas seleccionadas se clasifican en tres grupos según su código de disposición final (CDF), que corresponde al resultado de la sexta visita a la vivienda seleccionada. Estos grupos se definen a continuación:

- 1) Viviendas elegibles: Corresponde a edificaciones en que el encuestador pudo determinar que se trataban de viviendas particulares ocupadas (independiente si en ellas se logró o no la entrevista).

- 2) Viviendas no elegibles: Corresponde a edificaciones identificadas como negocios, viviendas colectivas, viviendas deshabitadas, viviendas de veraneo, viviendas destruidas, etc.
- 3) Viviendas de elegibilidad desconocida: Son edificaciones en donde no se pudo determinar su estado. Este es el caso, por ejemplo, de unidades que nunca fueron enviadas a terreno, viviendas que no se encontraron al momento de la entrevista, y otros casos similares.

En la Tabla 5 se muestra la distribución de las viviendas seleccionadas en estos tres grupos por comuna- área:

Tabla 5. Distribución de viviendas seleccionadas, según su tipo de elegibilidad y logro en terreno.

RPC	Comuna	Tipo	Elegible		Logradas		Total General ⁵
			Elegibles	No Elegibles	Logradas	No Logradas	
11101	Coyhaique	Urbano	319	71	309	81	390
11101	Coyhaique	Rural	26	14	25	15	40
11201	Aysén	Urbano	93	14	90	17	107
11201	Aysén	RAU	19	1	14	6	20
11201	Aysén	Rural	7	3	5	5	10
11202	Cisnes	RAU	11	1	10	2	12
11202	Cisnes	Rural	14	0	14	0	14
11301	Cochrane	RAU	18	2	15	5	20
11301	Cochrane	Rural	6	4	6	4	10
11401	Chile Chico	RAU	15	5	15	5	20
11401	Chile Chico	Rural	11	2	11	2	13
11402	Río Ibáñez	Rural	15	5	15	5	20
Total Muestra SITUR TB 2017			554	122	529	147	676

Fuente: Departamento de Investigación y Desarrollo, INE

Para realizar el cálculo del ajuste por elegibilidad y no respuesta, se crean 2 variables dicotómicas que se presentan a continuación:

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

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

⁵ En este levantamiento no se encontraron viviendas de elegibilidad desconocida.

Para el cálculo del factor ajustado por elegibilidad y no respuesta, se debe filtrar la base de levantamiento considerando todas las viviendas elegibles y ponderar esta base con el factor F_{3hgi} . Posterior a esto, se realiza la estimación de las variables $eleg_j$ y log_j sumando al interior de cada conglomerado. Luego, se obtiene la razón entre estos dos resultados y se pondera por el factor de selección de viviendas (F_{3hgi}). Tal como se aprecia en la expresión (8):

$$F_{4hg} = F_{3hgi} * \frac{\sum_{j \in hgi} F_{3hgi} * eleg_j}{\sum_{i \in h} F_{3hgi} * log_j} \quad (8)$$

Donde:

$\sum_{i \in h} F_{3hgi} * eleg_j$: Corresponde a la estimación de viviendas elegibles a nivel del conglomerado i de la comuna h .

$\sum_{i \in h} F_{3hgi} * log_j$: Corresponde a la estimación de viviendas logradas a nivel del conglomerado i de la comuna h .

2.6.2. Factor de Expansión Segmentado por sexo y tramo de edad

El factor de expansión incluye un ajuste a la población de personas a nivel de comuna, área, sexo y tramo etario⁶, con el objetivo de aumentar la precisión de las estimaciones y alcanzar los stocks poblacionales.

El cálculo del factor de expansión ajustado a personas se muestra en la expresión (9).

$$F_{5hg} = F_{4hg} * \frac{P_{hgkl}}{\widehat{P}_{hgkl}} \quad (9)$$

Donde:

P_{hgkl} : Proyección de población total en la comuna h área g , sexo k y tramo etario l .

\widehat{P}_{hgkl} : Número estimado de personas en la comuna h área g , sexo k y tramo etario l .

Siendo:

$$\widehat{P}_{hgkl} = \sum_i \sum_j F_{4hg} * P_{hgi jkl} \quad (10)$$

Con:

⁶ Dos tramos: tramo1: 0-14 años, tramo2: >=15 años

$P_{hgi jkl}$: Total de personas en la comuna h del área g correspondientes al sexo k del grupo etario l , en el conglomerado i en la vivienda j .

2.6.3. Factor de Expansión ajustado al total de la población

El cálculo del factor de expansión ajustado al total de personas se aprecia en la expresión (11):

$$F'_{5hg} = F_{4hg} * \frac{P_{hg}}{\widehat{P}_{hg}} \quad (11)$$

Donde:

P_{hg} : Proyección de población total en la comuna h – área g .

\widehat{P}_{hg} : Número total de personas estimadas en la comuna h – área g .

$$\widehat{P}_{hg} = \sum_i \sum_j F_{4hg} * P_{hgij} \quad (12)$$

Siendo:

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

2.7. ESTIMADORES Y VARIANZAS

2.7.1. Nomenclatura utilizada para el cálculo de los estimadores

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

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

F_{5hg} : Factor de expansión ajustado por proyecciones de población, por sexo y tramo de edad.

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

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

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

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

2.7.2. Estimadores del Total de viviendas

Antes de comenzar la estimación del total de viviendas que presentan la característica c , se debe incluir la suma del valor de la variable Y_{hijk_c} en cada una de las viviendas. Esta suma corresponderá al total de personas que tienen la característica c dentro de cada una de éstas. Creando la variable S_{hij_c} mostrada en la expresión (13):

$$S_{hij_c} = \sum Y_{hijk_c} \quad (13)$$

Con el resultado anterior se crea la variable z_{hijk_c} , que toma el valor 1 cuando la variable S_{hij_c} tiene como resultado valores mayores que 0, como sigue en expresión (14):

$$z_{hijk_c} = \begin{cases} 1, & \text{si } S_{hij_c} > 0 \\ 0 & \text{en otro caso} \end{cases} \quad (14)$$

Luego, se calcula el total estimado de la variable z_{hijk_c} , el cual corresponde a la estimación del total de viviendas con la característica c :

$$\widehat{z}_h = \sum_i \sum_j F'_{shg} \cdot z_{hij_c} \quad (15)$$

Además, considerar la estimación de la cantidad total de viviendas dada por la expresión (16):

$$\widehat{V}_t = \sum_h \sum_i \sum_j F'_{shg} \cdot V_{hgij} \quad (16)$$

Donde V_{hgij} corresponde a la cantidad total de viviendas en el conglomerado i , de la comuna h y área g .

La razón de los resultados (15) y (16) permite realizar la estimación de la proporción de las viviendas en que al menos una persona de su interior, realizó un viaje por concepto de turismo emisivo. Lo que se muestra en la expresión (17):

$$\widehat{V}_T = \frac{\widehat{z}_h}{\widehat{V}_t} \quad (17)$$

Con lo anterior, se puede calcular la estimación de la variable de interés en este estudio.

2.7.3. Varianza de los estimadores

Tal como se señaló anteriormente, este estudio proviene de un diseño muestral complejo probabilístico, estratificado, por conglomerados y bietápico. En general, cuanto más complejo es el diseño muestral bajo el cual se implementa una encuesta, más compleja se vuelve la forma de determinar los errores muestrales. Tanto así, que no existen fórmulas exactas y/o explícitas para esto. Sin embargo, paquetes estadísticos en software especializados⁷, facilitan los cálculos a través de aproximaciones realizadas mediante distintos modelos o métodos de estimación, para lo cual se deben identificar las variables que definen el diseño muestral (estratos, conglomerados) y el factor de expansión apropiado (considerando todos los ajustes pertinentes).

En ocasiones pueden existir algunas dificultades en la implementación de la estimación de los errores mediante un paquete estadístico, originadas por las características del diseño muestral, por ejemplo: más de una fase de muestreo; muestreo multietápico de las unidades muestrales, selección de unidades sin reemplazo, estratos de muestreo con sólo una unidad primaria con unidades elegibles, variabilidad de los tamaños de los conglomerados, etc.

En el SITUR de Aysén, se observan principalmente tres dificultades:

- Diseño muestral complejo.
- Existencia de una sola unidad de primera etapa (o conglomerados) en un estrato de muestreo.

⁷ Ver sintaxis en Anexo Nro. 2: "Sintaxis de estimación de la varianza".

- El número de viviendas (unidades de segunda etapa) que responde en cada conglomerado es desigual y muy variable.

Con el fin de minimizar estas dificultades y, siguiendo las recomendaciones internacionales⁸, los errores son estimados a partir de modelos que buscan dar cuenta lo más fielmente posible del diseño muestral. Para ello, se crearon pseudo-estratos y pseudos-conglomerados a fin de garantizar la estimación de varianzas en cada nuevo estrato y, de ésta forma, no subestimar los errores. A continuación, se detallan los procedimientos y criterios utilizados en la creación estos nuevos componentes.

Creación de pseudo-estratos (Varstrat) y pseudos – conglomerados (Varunit)

La probabilidad condicional de incluir la j -ésima vivienda de la i -ésima UPM seleccionada en el estrato h, g , está determinada por la expresión (7):

En un muestreo bietápico, las unidades muestrales de primera etapa se denominan conglomerados o unidades de conglomeración, que corresponden a áreas geográficas que contienen a un conjunto de viviendas o unidades de segunda etapa. Estos conglomerados, en el contexto de la obtención de las estimaciones y varianzas, son utilizados en un procedimiento denominado “conglomerados últimos”, que los considera como las últimas unidades de muestreo para obtener las estimaciones de la variable de interés. La estimación de la variable de interés en el conglomerado, se obtiene a través de la agregación ponderada de ésta a través de las unidades de segunda etapa o posteriores (viviendas, hogares o individuos).

En el muestreo estratificado la estimación de la varianza de la variable de interés, para cierto nivel agregado de estimación, se obtiene mediante la suma de las varianzas estimadas en cada estrato, y, la varianza en cada estrato, se estima a través de la varianza de la característica de interés entre los conglomerados (inter-varianza).

En esta encuesta fueron considerados inicialmente⁹ 12 estratos, representados por cada comuna y área en donde se ubican los conglomerados. La cantidad total de conglomerados es de 106 (91 manzanas y 15 secciones), con 676 viviendas seleccionadas, 529 viviendas logradas y 205 viviendas con presencia de turismo emisivo en la muestra, distribuidas según muestra la Tabla 6.

⁸ Ver Capítulo 15.5 en Valliant et al. (2013).

⁹ Estrato inicial corresponde a estrato geográfico Comuna – área.

Tabla 6. Distribución de las viviendas seleccionadas, logradas y con presencia de turismo emisor en cada estrato.

Estratos Iniciales	RPC	Área	Cantidad de Conglomerados	Viviendas Seleccionadas	Viviendas Logradas	Viviendas con turismo emisor
1	11101	Urbana	61	390	309	130
2	11101	Rural	4	40	25	7
3	11201	Urbana	26	107	90	15
4	11201	RAU	4	20	14	5
5	11201	Rural	1	10	5	2
6	11202	RAU	1	12	10	5
7	11202	Rural	1	14	14	12
8	11301	RAU	2	20	15	6
9	11301	Rural	1	10	6	2
10	11401	RAU	2	20	15	9
11	11401	Rural	1	13	11	2
12	11402	Rural	2	20	15	10
Total Viviendas Región de Aysén			106	676	529	205

Fuente: Departamento de Investigación y Desarrollo, INE

Según se muestra en la Tabla 6, existen estratos en donde se tiene un conglomerado, lo que imposibilita la obtención de la varianza (el número mínimo de conglomerados en cada estrato para el cálculo de la varianza es 2). Algunos softwares estadísticos como SPSS, a estos estratos les asignan varianza igual a cero).

Las soluciones al problema de tener un solo conglomerado en algún estrato, son tres: 1) asignarle varianza igual a cero a los estratos, generando una subestimación de la varianza 2) no realizar la estimación de la varianza, lo que equivaldría, para un nivel de estimación más agregado equivalente a la solución planteada en el punto anterior, y 3) generar unidades que agrupen estos estratos unitarios (con tan solo un conglomerado), uniéndolos con otros estratos y formando pseudo estratos, denominados *Varstrat* útiles para efectos del cálculo de la varianza, con un mínimo de 2 conglomerados en cada uno de ellos.

En este estudio, con el fin de reducir el sesgo en la estimación de la varianza, se acogió la solución dada en el punto tres.

Inicialmente, la estratificación de diseño definió al estrato como la intersección de la comuna con el tipo de área urbana o rural, contabilizando un total de 12 estratos (ver Tabla 7, segunda columna).

El procedimiento para generar los pseudo-estratos fue el siguiente:

- Como primera instancia, se observa en la Tabla 6 anterior que, en el área urbana, para las comunas de Coyhaique y Aysén (RPC= 11101 y RPC=11201), se tienen conglomerados suficientes en cada estrato, por lo tanto, cada uno de ellos por sí solo se constituyó como un estrato (*Varstrat* 1 y 2).

- Enseguida, se analizaron¹⁰ todas las comunas del área RAU, fusionando estas comunas y generando el *Varstrat* número 3, con cantidad suficiente de conglomerados (más de dos). Se aplicó el mismo criterio para conformar el *Varstrat* número 4, que fusiona todas las comunas del área Rural y dejándolo también con cantidad suficiente de conglomerados. Los resultados de esta fusión de comunas y conformación de los pseudo-estratos se muestran la Tabla 7:

Tabla 7. Distribución Conglomerados y viviendas según nuevos estratos (*Varstrat*)

<i>Varstrat</i>	Estrato inicial	Área	RPC	Cantidad UPM	Viviendas Logradas	Viviendas con turismo emisor
1	1	Urbana	11101	61	309	130
2	2	Urbana	11201	26	90	15
3	3	Rau	11201	4	14	5
	4	Rau	11202	1	10	5
	5	Rau	11301	2	15	6
	6	Rau	11401	2	15	9
4	7	Rural	11101	4	25	7
	8	Rural	11201	1	5	2
	9	Rural	11202	1	14	12
	10	Rural	11301	1	6	2
	11	Rural	11401	1	11	2
	12	Rural	11402	2	15	10
Total Región de Aysén				106	529	205

Fuente: Departamento de Investigación y Desarrollo, INE

Resumiendo, de un total de 12 estratos geográficos iniciales, se generaron 4 *Varstrat*, que poseen cada uno al menos 2 conglomerados diferenciados además por la pertenencia a las áreas Urbano, RAU o Rural, ver Tabla 8 siguiente:

Tabla 8. Resumen *Varstrat*

<i>Varstrat</i>	Área	Cantidad Conglomerados	Viviendas logradas	Viviendas con turismo emisor
1	Urbana	61	309	130
2	Urbana	26	90	15
3	RAU	9	54	25
4	Rural	10	76	35
Total Región de Aysén		106	529	205

Fuente: Departamento de Investigación y Desarrollo, INE

¹⁰ No solo se observó como criterio el que hubiese al menos dos conglomerados por estrato, sino también que se respetara como criterio la pertenencia a los estratos geográficos, diferenciando en los estratos iniciales por la pertenencia a Urbano, RAU o Rural.

La generación de pseudos – conglomerados o *Varunit*, obedece a la formación de unidades de primera etapa que sean aproximadamente homogéneas en cuanto a la cantidad de viviendas logradas, y en menor grado, homogéneas en cuanto a la cantidad de viviendas con turismo emisor.

Así, por ejemplo:

- Los estratos que componen el *Varstrat* igual a 3 y que corresponden al área RAU (ver Tabla 7) contienen aproximadamente una cantidad de entre 10 y 15 viviendas, por lo cual se definieron los *Varunit*, como la unión de conglomerados pertenecientes a la combinación *Varstrat* y estrato inicial.
- Los 4 conglomerados del *Varstrat* = 3 y estrato = 3 y RPC = 11201 se unieron para formar un *Varunit*.
- Los 2 conglomerados del *Varstrat* = 3 y estrato = 5 y RPC = 11301 forman otro *Varunit*.

En el área Rural y siguiendo un criterio similar al del área RAU, también se unieron conglomerados para agrupar una cantidad similar de viviendas, pero con mayor dificultad. En este caso debieron unirse conglomerados de distintas comunas para cumplir con este requisito (ver Tabla 7). Por ejemplo, en estrato = 7 y RPC = 11101 existen 4 UPM que contienen 25 viviendas logradas y entonces estos conglomerados forman un *Varunit*. Así también, el conglomerado del estrato = 8 (RPC = 11201) y el del estrato = 9 (RPC = 11202) forman otro *Varunit*, con 19 viviendas logradas (5 y 14 respectivamente).

En el área Urbana, las dos comunas que por sí solas se consideran *Varstrat*, Coyhaique y Aysén, aglomeran suficiente cantidad de conglomerados, pero de tamaños no homogéneos en cantidad de viviendas logradas, y en varios de ellos, con ninguna vivienda que realice turismo emisor. En estas comunas se optó por una forma sistemática para agrupar conglomerados y generar los *Varunit* de la siguiente manera:

- Se ordena la base de datos a nivel de conglomerados, en forma ascendente por: *Tipo* (Área), *RPC* (Comuna), *Grupo_Grande* (Grupos de tamaño) e *ID_Directorio* (Conglomerado). A este nivel (nivel de conglomerado) se suman las viviendas logradas y las que realizaron turismo emisor.
- Para el Grupo de tamaño G1 (el más pequeño) se generan los *Varunit* agrupando cada 3 conglomerados consecutivos. Para el Grupo de tamaño G2, se forman los *Varunit* fusionando cada 2 conglomerados consecutivos, para los grupos de tamaño G3 y G4 (no existe el G5 en estas comunas) los conglomerados por sí solos forman los *Varunit*

2.8. RESULTADOS PROCESO DE MUESTREO

2.8.1. Estimación del total de viviendas

Para estimar el universo de viviendas en la población, se utiliza el factor de expansión ajustado al total poblacional (F_{5hg}). Para esto, se pondera los resultados del levantamiento con el factor antes mencionado, y se realiza un conteo por cada vivienda (ubicando la variable $Id_Vivienda$ en el registro de viviendas). Teniendo el siguiente resultado:

Tabla 9. Estimación de viviendas con Factor Ajustado

Temporada	Estimación Viviendas TB 2017
Baja 2017	39.633

Fuente: Departamento de Investigación y Desarrollo, INE

2.8.2. Estimación del total de población

En cuanto a la estimación del total poblacional, se ponderan los resultados del levantamiento utilizando los registros a nivel de persona, por el factor ajustado al total poblacional y, luego de esto se calcula el total de personas en la región. Teniendo el siguiente cuadro de resultados (Tabla 10):

Tabla 10. Estimación de viviendas con Factor Ajustado

Temporada	Estimación Personas TB 2017
Baja 2017	109.974

Fuente: Departamento de Investigación y Desarrollo, INE

La estimación de la población se condice con el total de personas según las proyecciones de población para la Región de Aysén, exceptuando algunos casos en que los niveles de sexo y tramo de edad no se encuentran presentes en la muestra definidos en la proyección de población, por ejemplo: Mujeres del tramo 1 (menores de 15 años), en la comuna de Aysén, tipo de estrato Rural. En estos casos, la estimación será nula, aunque en las proyecciones de población se tenga registros en estos niveles.

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

Por su parte, como se detalló en los apartados anteriores, el tamaño muestral para el estudio de demanda turística de Aysén, se obtuvo bajo el supuesto de una prevalencia o proporción P en la población de 37% de viviendas en que al menos un integrante de ésta realizó turismo interno o emisivo. Este supuesto debe ser contrastado con la información recogida en la temporada baja 2017. Sin embargo, se observa que la proporción de viviendas que al menos un integrante del hogar realiza turismo emisivo durante la temporada baja 2017 fue de 38,2%, con un coeficiente de variación (cv) de 5,2%.

Para generar el parámetro de interés, se expandió la base, a nivel de vivienda, utilizando el factor ajustado al total de la población, y posteriormente se registró una variable dicotómica identificando la vivienda en que algún miembro de ésta realiza algún viaje turístico dentro o fuera de la Región de Aysén. La estimación de la razón, se realiza bajo muestras complejas en SPSS con un nivel del 95% de confianza. Resultados que se expresan en la Tabla 11:

Tabla 11. Errores relativos y absolutos de la estimación de la proporción (P) de viviendas

Temporada	Total Viviendas	Estimación	Intervalo de Confianza del 95%		Coeficiente de Variación	Error Relativo	Error Absoluto
			Inferior	Superior			
Baja 2017	526 ¹¹	38,2%	34,3%	42,2%	5,2%	10,3%	4,0%

Fuente: Departamento de Investigación y Desarrollo, INE

De la Tabla 11 se desprende que, con un 95% de confianza, la proporción de viviendas que al menos un integrante realizó algún viaje por concepto de turismo emisivo dentro o fuera de la Región de Aysén, durante la temporada baja 2017 (julio, agosto) se encuentra entre un 34,3% y un 42,2%.

¹¹ De las 529 viviendas catalogadas por el SITUR de Aysén como logradas, en 3 de ellas no se pudo determinar si al menos un integrante realizó algún viaje dentro o fuera de la región, por presentar valores perdidos en las variables de interés. Por lo que quedaron excluidas de todo análisis (Tabla 11).

3. PRINCIPALES RESULTADOS

En este apartado, se presentan los resultados que se obtienen de la aplicación de la encuesta a personas residentes de la región de Aysén, en la que se buscó conocer su comportamiento turístico durante la temporada baja de 2017.

Los tabulados están organizados de la siguiente manera: en primer lugar, la caracterización de las personas que sirvieron como informantes del estudio y de las que componen el hogar respectivo; a continuación, se expone la descripción de los viajes que las personas del hogar realizaron durante temporada baja 2017, dentro de la región y fuera de ella; en tercer lugar, el detalle de los gastos en que las y los turistas incurren durante su viaje dentro de la región y en otras regiones del país; en cuarto lugar, se describen las visitas recibidas por los residentes de la región y que alojan en sus viviendas, en términos de tiempo de pernoctación, duración y motivo de la visita, entre otros aspectos; el quinto apartado se aboca a la inserción laboral y capacitación relacionadas al mercado turístico, en personas mayores de 15 años. Por último, se indaga en las percepciones de las personas en relación al desarrollo del turismo en la región.

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

Es habitual que las encuestas aplicadas en viviendas sean respondidas por una mayor proporción de mujeres. Esto se debe a que la tendencia es que los hombres tengan ocupaciones fuera del hogar, en tanto las mujeres desarrollan mayor cantidad de labores de cuidados (hijos, adultos mayores, personas enfermas), realizan emprendimientos domésticos, y además, su inserción laboral es generalmente menos formal y más precaria.

En el estudio de vivienda en temporada baja, la presencia femenina en la vivienda es efectivamente mayoritaria, alcanzando a un 60,9% de las personas que sirvieron como informantes idóneos; un 39,1%, en tanto, eran hombres (Tabla 12).

Tabla 12. Porcentaje de hombres y mujeres entre informante idóneo.

Sexo	Porcentaje
Hombre	39,1%
Mujer	60,9%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Las personas que cumplieron el rol de informantes idóneos de la encuesta mostraron edades distribuidas de manera similar en los variados rangos. Aquellos de 24 a 34 años, 35 a 44 años, y 45 a 54 años, agrupan cada uno a cerca de un quinto de la población (19,1%, 19,7% y 19%, respectivamente). Incluso el rango de 65 años y más, se acerca también a esa proporción, con un 17,8% de las personas. Los informantes de 55 a 64 años son menos numerosos, con un 15,1% de las observaciones. Las personas en el rango de edad más bajo, 15 a 24 años, son menos en el grupo de informantes (9,3%) (Tabla 13).

Tabla 13. Porcentaje personas informante idóneo por tramo de edad.

Tramo de edad	Porcentaje
15 a 24 años	9,3%
25 a 34 años	19,1%
35 a 44 años	19,7%
45 a 54 años	19,0%
55 a 64 años	15,1%
65 años y más	17,8%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Respecto del nivel de educación formal declarado por los y las informantes, un 28,9% alcanzó la educación básica o primaria. Un 32,2% indica haber alcanzado la enseñanza media científico-humanista, y un 7,3% realizó su enseñanza media por el régimen técnico profesional. Las personas que declaran llegar a educación superior alcanzan casi un treinta por ciento. Por su parte, el 8,5% declaran haber cursado nivel técnico, mientras que los que alcanzaron estudios universitarios abarcan un 20,9% (Tabla 14).

Tabla 14. Porcentaje del nivel máximo de educación formal alcanzado por el informante idóneo.

Nivel educacional	Porcentaje
Sin educación formal*	1,8%
Básica o Primaria	28,9%
Media Científico Humanista	32,2%
Media Técnico Profesional	7,3%
Técnico Superior	8,5%
Universitaria Profesional	20,9%
Posgrado*	0,4%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Se consultó a las personas si habían nacido en la región de Aysén, y si no era así, en qué año llegaron a vivir a ella. De las personas que sirvieron como informantes, un 67,7% nació en la región y un 32,3% indican haber arribado al territorio más tarde (Tabla 15). De éstas últimas, más del cuarenta por ciento llegaron a radicarse en Aysén a partir del año 2001 (un 22,9% entre 2001 y 2011 y un 23,6% entre 2012 y 2017). Personas que declaran haber llegado a la región como residentes en otros años, muestran menores frecuencias relativas (Tabla 16).

Tabla 15. Porcentaje de personas (informante idóneo) que nacieron en la región de Aysén.

¿Nació en la Región?	Porcentaje
Si	67,7%
No	32,3%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Tabla 16. Porcentaje de personas (informante idóneo) por año de llegada a la región.

Tramo de año de llegada	Porcentaje
1930 - 1945*	2,0%
1946 - 1956*	7,0%
1957 - 1967*	5,7%
1968 - 1978*	10,9%
1979 - 1989*	13,9%
1990 - 2000*	14,2%
2001 - 2011	22,9%
2012 - 2017	23,6%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Sin considerar al informante idóneo, los hogares entrevistados se componen de un 56,3% de hombres y un 43,7% de mujeres (Tabla 17). Se visibiliza de esta manera, la tendencia general de las encuestas en viviendas, a contar con mayor cantidad de informantes mujeres.

Tabla 17. Porcentaje de hombres y mujeres entre las personas que componen el hogar

Sexo	Porcentaje
Hombre	56,3%
Mujer	43,7%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Los rangos de edad de las personas que componen el hogar muestran una mayor presencia de niñas y niños menores de 15 años, con un 37,2%. Los jóvenes entre 15 y 24 corresponden a un 14,5% de las personas que componen el hogar. Los grupos de 25 a 34 años, 35 a 44 años y 45 a 54 años, muestran frecuencias relativas en torno al diez y doce por ciento (12,1%, 10,6%, y 10,9%, respectivamente) (Tabla 18).

Los rangos de edad con menor representación, son los de 55 a 64 años (7,4%) y 65 años y más (7,3%) (Tabla 18).

Tabla 18. Porcentaje de personas que componen el hogar por tramo de edad.

Tramo de edad	Porcentaje
Menores de 15 años	37,2%
Entre 15 y 24 años	14,5%
Entre 25 y 34 años	12,1%
Entre 35 y 44 años	10,6%
Entre 45 y 54 años	10,9%
Entre 55 y 64 años	7,4%
65 y más	7,3%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

3.2. VIAJES REALIZADOS POR LAS PERSONAS QUE COMPONEN EL HOGAR

Los residentes de la región de Aysén realizan viajes con diferentes destinos, ya sea dentro de la región, hacia otras regiones del país, o al extranjero.

Los viajes durante temporada baja, sin embargo, parecen ser minoritarios. Solamente en un 37,8% de los hogares realizó algún viaje, mientras que en el restante 62,2% de los hogares, no se realizaron viajes en el periodo de estudio (Tabla 19). Contabilizando a personas, aquellas que realizaron algún viaje equivalen a un 26,8%, es decir, poco más de un cuarto de la población (Tabla 20).

Tabla 19. Porcentaje de hogares cuyos integrantes realizaron algún viaje durante la Temporada Baja 2017.

Realizaron algún viaje	Porcentaje
Si	37,8%
No	62,2%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Tabla 20. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje durante la Temporada Baja 2017.

Realizaron algún viaje	Porcentaje
Si	26,8%
No	73,2%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Entre aquellas personas que viajaron en temporada baja, un 13,4% hizo al menos algún viaje dentro de la región (Tabla 21). El motivo principal de viaje más mencionado es visitas a familiares o amigos (31%). Otros motivos de visita tienen frecuencias relativas menores (Tabla 22).

Tabla 21. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje al interior de la región durante la Temporada Baja 2017.

Realizaron algún viaje	Porcentaje
Si	13,4%
No	86,6%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Tabla 22. Porcentaje de personas que viajaron al interior de la región de Aysén durante Temporada Baja 2017, por principal motivo de viaje.

Motivo	Porcentaje
Visitas a familiares o amigos	31,0%
Vacaciones*	28,7%
Trabajo*	18,3%
Viaje por salud*	12,3%
Otro*	6,0%
Educación y formación*	2,0%
Negocios*	1,3%
Compras*	0,4%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Respecto de los viajes fuera de la región, pero dentro de Chile, estos son realizados por un 15,1% de los residentes (Tabla 23). En tanto, la proporción de personas que realizan viajes fuera de Chile, es baja (2,5%) (Tabla 24).

Tabla 23. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje dentro de Chile, fuera de la Región de Aysén, durante Temporada Baja 2017.

Realizaron algún viaje	Porcentaje
Si	15,1%
No	84,9%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Tabla 24. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje fuera de Chile durante Temporada Baja 2017.

Realizaron algún viaje	Porcentaje
Si*	2,5%
No	97,5%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Para aquellas personas que viajan fuera de la región (dentro de Chile o al extranjero), el motivo principal de su viaje fue vacaciones (55,9%). La visita a familiares o amigos mantiene una frecuencia relativa importante y es motivo principal de viaje para un 18,5% de los residentes que salen de la región (Tabla 25).

Tabla 25. Porcentaje de personas que realizaron algún viaje fuera de la región de Aysén durante Temporada Baja 2017, por motivo principal de viaje.

Motivo	Porcentaje
Vacaciones	55,9%
Visitas a familiares o amigos	18,5%
Viaje por salud*	11,8%
Trabajo*	5,2%
Otro*	4,9%
Educación y formación*	2,7%
Actividades culturales*	0,9%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Respecto de las personas que declaran no haber realizado viajes durante temporada baja, se consultó los motivos para no hacerlo. El principal motivo referido es porque la persona tuvo que trabajar durante ese periodo (40,4%); un 14,1% adujo la falta de dinero como motivo para no realizar viajes¹². Los problemas de salud, preferencia por descansar en casa, o falta de tiempo, son alternativas que presentaron menos menciones (Tabla 26).

Tabla 26. Porcentaje de personas que no realizaron algún viaje en Temporada Baja 2017, por motivo principal de no viaje.

Motivo	Porcentaje
Tuvo que trabajar	40,4%
Otro motivo	30,1%
Falta de dinero	14,2%
Toma vacaciones en otra fecha	6,5%
Falta de tiempo*	2,7%
Problemas de salud propia o de algún familiar*	2,4%
Tenía vacaciones, pero prefiere descansar en casa*	1,9%
No le corresponden vacaciones*	1,7%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

3.2.1. Viajes dentro de la Región

Los destinos internos visitados por los residentes de la región son variados, aunque son dominados por la ciudad de Coyhaique, que es mencionada con mayor frecuencia (33%). Otros destinos de la región muestran frecuencias relativas menores, como Cochrane y Chile Chico, con 10,9% y 10,6%, respectivamente. La categoría Otro lugar turístico (30% de las menciones) engloba destinos que no se encuentran en el listado propuesto de 80 lugares turísticos, donde cada uno de los destinos mencionados presentan una mínima frecuencia. Otros lugares definidos muestran frecuencias relativas de 8% o menos (Tabla 27).

¹² Resulta relevante una proporción de 30,1% de personas que indican no haber hecho viajes durante el periodo, por motivos distintos a las alternativas ofrecidas. Debido a que ésta es una pregunta cerrada, no se cuenta con información acerca de cuáles serían estos otros motivos, y no existen antecedentes de estudios que puedan sugerir cuáles podrían ser. Será interesante indagar en ello en observaciones futuras.

Tabla 27. Porcentaje de lugares más visitados de la región de Aysén, por las personas del hogar que viajaron.

Lugar	Porcentaje**
Coyhaique*	33,0%
Otro lugar turístico*	30,0%
Cochrane*	10,9%
Chile Chico*	10,6%
Puerto Cisnes*	8,0%
Puerto Aysén*	6,8%
Puerto Río Tranquilo*	3,9%
La Junta*	3,6%
Tortel*	3,6%
Puerto Ingeniero Ibáñez*	3,6%
Puyuhuapi*	3,2%
Capillas De Mármol*	2,8%
Termas Puyuhuapi*	2,7%
Lago Verde*	2,2%
Puerto Bertrand*	2,2%
Villa O'Higgins*	1,6%
Villa La Tapera*	1,6%
Raúl Marín Balmaceda*	1,0%
Villa Cerro Castillo*	1,0%

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

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

La duración de los viajes hechos al interior de la región en temporada baja, se concentra principalmente en los dos rangos menores. Un 27,8% de las personas hizo viajes de 1 a 3 días; un 43,2% estuvo en viaje entre 4 y 7 días (Tabla 28). Los viajes que exceden una semana de duración son menos frecuentes. Los de más de una semana muestran una frecuencia relativa de 11% y los de más de dos semanas, de 13,7%. Aquellos de más de un mes, son los más escasos, con un 4,4% de las menciones (Tabla 28).

Tabla 28. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, por cantidad de días que duró el viaje.

N° de días	Porcentaje
1 - 3 días	27,8%
4-7 días	43,2%
Más de una semana*	11,0%
Más de dos semanas*	13,7%
Más de un mes*	4,4%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Siempre respecto de las personas que hicieron viajes dentro de la región, un cuarto de ellas realizó el viaje en solitario (25,3%). Los grupos de 2 y 3 personas muestran frecuencias relativas cercanas a ese valor (21,5% y 26,7%, respectivamente). Los grupos más grandes son más infrecuentes (Tabla 29). En un 17,3% de los casos, en estos grupos se incluyen personas que no forman parte del hogar de quien realiza el viaje (Tabla 30).

Tabla 29. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, por tamaño del grupo de viaje.

Grupo de viaje	Porcentaje
1 persona	25,3%
2 personas*	21,5%
3 personas*	26,7%
4 personas*	13,7%
5 personas*	12,8%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Tabla 30. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén en compañía de otras personas que no son integrantes de su hogar.

Viaja en compañía	Porcentaje
Si*	17,3%
No	82,7%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Al viajar por la región, casi la mitad de los turistas residentes, aloja en casa de amigos o familiares (49,8%). El uso de otros tipos de alojamiento es menos frecuente, con mayores menciones para cabañas y hostales o residenciales, con cerca de un cuarto y un quinto de las menciones, respectivamente (Tabla 31).

La satisfacción de los turistas internos con el servicio recibido en estos alojamientos, es en general buena o muy buena (93%) (Tabla 32).

Tabla 31. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, según tipo de alojamiento más utilizado durante el viaje.

Tipo de alojamiento	Porcentaje**
Casa familiares o amigos	49,8%
Cabaña*	23,9%
Hostal / residencial*	18,5%
Otro no pagado*	8,8%
Hotel*	4,3%
Otro alojamiento pagado*	2,4%
Camping*	1,8%

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

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Tabla 32. Porcentaje de personas que viajaron por la región, según nivel de satisfacción con el tipo de alojamiento más utilizado durante el viaje.

Nivel de satisfacción	Porcentaje
Bueno o muy bueno	93,0%
Regular*	2,5%
Malo o muy malo*	4,5%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

De los servicios de alimentación posibles, comer en casa de familiares o amigos es nuevamente el más popular, mencionado en un 44,7% de los casos. Un 28,2% eligió comer en restaurantes. Cerca de un cuarto de las personas prefirieron preparar su propia comida (Tabla 33).

Tabla 33. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, según servicio de alimentación más utilizado durante el viaje.

Servicio de alimentación	Porcentaje**
Casa familiares o amigos	44,7%
Restaurante	28,2%
Preparó su comida*	24,3%
Alojamiento turístico*	11,5%
Compró comida para llevar*	5,7%

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

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Al evaluarse los servicios de alimentación, y descontando a las personas que preparan su propia comida, los servicios son percibidos como buenos y muy buenos por un 87% de los turistas (Tabla 34).

Tabla 34. Porcentaje de personas que viajaron por la región, según nivel de satisfacción con el servicio de alimentación más utilizado durante el viaje.

Nivel de satisfacción	Porcentaje
Bueno o muy bueno	87,0%
Regular*	11,6%
Malo o muy malo*	1,4%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Los turistas que se movilizaron dentro de la región, privilegiaron el automóvil o moto particular o institucional (55,3%). Una fracción importante de los turistas también hizo uso de bus o transfer como medio de transporte (41,1%) (Tabla 35). El transporte en barcaza o alguna embarcación también es mencionado entre los medios de movilización en temporada baja, con casi un cuarto de las menciones. Algunas personas prefieren movilizarse a pie o a dedo en sus viajes por la región. El uso de automóvil arrendado, de familiares o amigos, y de avión o avioneta es escaso en la distribución (Tabla 35).

Tabla 35. Porcentaje de personas que viajaron por la región, según modo de transporte más utilizado.

Modo de transporte	Porcentaje**
Automóvil particular, moto particular, institucional	55,3%
Bus o transfer	41,1%
Barcaza o embarcación*	23,3%
A pie o a dedo*	11,5%
Automóvil arrendado*	2,8%
Automóvil familiar o amigo*	1,6%
Avión o avioneta*	0,8%

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

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

El servicio percibido de estos modos de transporte más utilizados resulta satisfactorio para un 84,7% de los turistas, que los evalúan como bueno o muy bueno (Tabla 36).

Tabla 36. Porcentaje de personas que viajaron por la región, según nivel de satisfacción con el modo de transporte más utilizado.

Nivel de satisfacción	Porcentaje
Bueno o muy bueno	84,7%
Regular*	12,6%
Malo o muy malo*	2,7%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Durante temporada baja, el uso de servicios de agencias de viaje, tour operador o guía turístico es marginal, y se ubica en torno al 2% (Tabla 37).

Tabla 37. Porcentaje de personas que viajaron por la región y contrataron algún servicio de Guía de Turismo, Tour Operador y Agencia de Viajes.

Servicio	Porcentaje**
Tour operador*	2,5%
Guía de turismo*	2,2%

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

(**) La suma de los porcentajes no es 100%, por tratarse de preguntas diferentes.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Entre las actividades turísticas desarrolladas durante la temporada, las de naturaleza parecen ser las preferidas por los turistas internos (Tabla 38). Las compras en comercio reciben también menciones en una proporción similar. Las actividades asociadas a la cultura regional y las de deportes o aventura parecen ser menos populares durante temporada baja.

Tabla 38. Porcentaje de personas que viajaron por la región por el tipo de actividades turísticas que realizaron durante el viaje.

Categoría	Actividad	Porcentaje**
Actividades de naturaleza	Observación flora*	44,1%
	Observación fauna*	37,6%
	Observación aves*	35,8%
	Navegación fiordos*	8,3%
	Visitas a reservas y parques*	5,3%
Actividades de esparcimiento	Compra en comercio*	38,0%
	Bares, casinos, juegos, discotecas*	5,8%
	Cine, teatro*	4,5%
	Exposiciones*	1,7%
Actividades y expresiones culturales con identidad regional	Compra alimentos y bebidas fabricadas en región de Aysén*	5,0%
	Visita museos y lugares históricos*	4,9%
	Experiencias tradiciones locales*	4,6%
	Compra bienes culturales*	1,8%
	Jineteadas y folklore*	0,9%
	Fiestas costumbristas/ gastronómicas*	0,0%
Actividades deportes / aventura	Trekking, senderismo*	15,3%
	Pesca de mar*	5,6%
	Cabalgata*	4,8%
	Pesca con mosca*	3,6%
	Kayak, rafting, canotaje*	1,4%
	Ciclismo*	1,0%
	Mountainbike*	1,0%
	Buceo*	0,0%
	Montañismo*	0,0%
	Escalada roca*	0,0%
Caminata sobre hielo*	0,0%	

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

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

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

Al momento de viajar durante temporada baja fuera de la región, pero dentro del país, los residentes de Aysén tienen como destino principal la Región Metropolitana, la que es visitada por casi la mitad de los turistas regionales (49,3%). Otros destinos visitados (en menor medida), son las regiones de Los Lagos y de Valparaíso (Tabla 39).

Tabla 39. Porcentaje de personas que viajan por Chile según, región visitada.

Región	Porcentaje**
Arica y Parinacota*	3,0%
Tarapacá*	1,5%
Antofagasta*	1,8%
Atacama*	0,0%
Coquimbo*	2,9%
Valparaíso*	14,9%
Metropolitana	49,3%
General Libertador Bernardo O'Higgins*	5,1%
Maule*	4,2%
Bío Bío*	10,4%
La Araucanía*	6,9%
Los Lagos*	29,9%
Los Ríos*	8,8%
Magallanes y de la Antártica Chilena*	0,8%

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

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Al viajar fuera de la región, los turistas privilegian viajes de entre una semana y un mes. Los rangos de más de una semana y más de dos semanas tienen frecuencias relativas muy similares (34,9% y 35,5%, respectivamente) y agrupan a un setenta por ciento de los turistas que salen de la región de Aysén. Los periodos de 4 a 7 días también son mencionados por un quinto de los turistas (Tabla 40).

Tabla 40. Porcentaje de personas que viajan por Chile, según número de días que dura el viaje.

N° de días	Porcentaje
1 - 3 días*	3,4%
4-7 días*	21,9%
Más de una semana	34,9%
Más de dos semanas	35,5%
Más de un mes*	4,3%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Prácticamente un tercio de los turistas que salen de la región, realizan su viaje en solitario (32,9%). Cuando salen acompañados, los grupos de viaje tienden a ser pequeños, de dos o tres personas (24% y 29,8%, respectivamente). Los grupos más grandes tienen menores frecuencias relativas (Tabla 41).

Tabla 41. Porcentaje de personas que viajaron por la región de Aysén, por tamaño del grupo de viaje.

Grupo de viaje	Porcentaje
1 persona	32,9%
2 personas	24,0%
3 personas	29,8%
4 personas*	9,9%
5 personas*	3,3%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

El flujo de turistas, tanto en la salida como en el regreso a la región, se concentra en el Aeropuerto de Balmaceda, que tiene frecuencias relativas casi idénticas en ambas fases del viaje.

El Aeropuerto de Balmaceda es usado por un 88,4% de los turistas, como punto de salida de la región al momento de iniciar su viaje dentro del país. Otros puntos de salida muestran frecuencias relativas bajas (Tabla 42).

Aparentemente, casi la totalidad de las personas que salieron por el aeropuerto, regresan a la región por la misma vía, utilizada en un 88,3% de los retornos. Al igual que en la salida de la región, el ingreso es dominado por el aeropuerto, y los otros puntos de ingreso muestran usos bajos (Tabla 43).

Tabla 42. Porcentaje de personas que viajan por Chile, excepto región de Aysén, según por el que salieron de la región.

Paso de salida de la región	Porcentaje**
Aeropuerto de Balmaceda	88,4%
Carretera Norte La Junta (Bimodal)*	6,5%
Otro*	3,4%
Puerto Chacabuco*	2,7%
Paso Huemules*	0,0%
Jeinimeni*	0,0%
Coyhaique Alto*	0,0%
Puerto Ibáñez*	0,0%

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

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Tabla 43. Porcentaje de personas que viajan por Chile, excepto región de Aysén, según por el que entraron a la región.

Paso de Entrada	Porcentaje**
Aeropuerto de Balmaceda	88,3%
Carretera Norte La Junta (Bimodal)*	6,6%
Otro*	5,1%
Puerto Chacabuco*	1,1%
Paso Huemules*	0,0%
Jeinimeni*	0,0%
Coyhaique Alto*	0,0%
Puerto Ibáñez*	0,0%

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

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

3.3. GASTOS EN VIAJES

En los viajes hechos por turistas regionales al interior de la región, el gasto promedio diario por persona es de \$16.884 (Tabla 44).

Tabla 44. Promedio del gasto total por día por persona en el viajes al interior de la región.

Gasto promedio diario (\$) por persona	\$ 16.884
---	------------------

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Los principales gastos en que los turistas internos incurren al viajar dentro de la región, son alimentación (\$5.182), alojamiento (\$4.567) y transporte (\$3.894) (Tabla 45).

Con porcentajes menores de personas que realizan gastos en los otros ítems, comercio y consumo aparece como el siguiente en cuantía de gastos realizados en viajes dentro de la región (\$2.908 diarios por persona). Las agencias de viajes, actividades turísticas y bienes y servicios culturales, muestran gastos promedio bajos (\$95, \$232 y \$44, respectivamente) (Tabla 45). El gasto en otros ítems no especificados es de \$418.

Tabla 45. Promedio del gasto por ítem, por día por persona en el viaje al interior de la región.

Ítem de gasto	Promedio diario por persona (\$)
Alojamiento	\$ 4.567
Alimentación	\$ 5.182
Transporte	\$ 3.894
Agencia de viajes / tour operador*	\$ 95
Actividades turísticas*	\$ 232
Comercio / consumo*	\$ 2.908
Bienes y servicios culturales *	\$ 44
Otro *	\$ 418

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

En comparación con el gasto promedio diario por persona en los viajes dentro de la región, al viajar fuera de la región pero dentro de Chile, los turistas prácticamente duplican su nivel de gasto, llegando éste a \$31.442 (Tabla 46).

Tabla 46. Promedio del gasto total por día por persona en viajes en Chile, fuera de la región.

Gasto promedio diario (\$) por persona	\$ 31.442
---	------------------

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

3.4. VISITAS RECIBIDAS EN VIVIENDAS

El estudio indaga también en la recepción por parte de los residentes de Aysén de visitantes internos, de otras regiones u otros países, que puedan haber arribado en temporada baja.

Un 27,9% de los hogares recibió a visitantes que llegaron a alojar a la vivienda durante al menos una noche (Tabla 47).

Tabla 47. Porcentaje de hogares que recibieron visitas que pernoctaron al menos una noche, durante la temporada baja 2017.

Recibió visitas que pernoctaron al menos una noche en su vivienda	Porcentaje
Si	27,9%
No	72,1%
Total	100,0%

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

De los visitantes recibidos, una amplia mayoría recibe a familiares, sean éstos indirectos (58,6%) o directos (28,1%). En un 22,2% de los hogares se indicó que se había recibido a amigos a alojar durante la temporada baja (Tabla 48).

De acuerdo con lo que reportan los informantes, las personas que visitan las viviendas de la región vienen principalmente para visitar a familiares o amigos (43,3%), lo que es consistente con el parentesco declarado para la mayoría de los visitantes. Una fracción cercana a un quinto de los visitantes llega a la región por vacaciones (Tabla 49).

Tabla 48. Porcentaje de hogares que recibieron visitas durante la temporada baja 2017, según parentesco con el informante del hogar.

Relación con Informante	Porcentaje**
Otros familiares	58,6%
Hijos/as	28,1%
Amigos	22,2%
Compañeros trabajo o estudio*	2,9%
Otro*	1,4%
Cónyuge o pareja*	0,6%

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

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Tabla 49. Porcentaje de hogares que recibieron visitas durante la temporada baja 2017, según motivo de viaje de las visitas.

Motivo	Porcentaje**
Visitas a familiares o amigos	43,3%
Vacaciones*	18,6%
Trabajo*	8,3%
Otro*	7,9%
Viajes por salud*	3,7%
Deportes*	0,5%
Compras*	0,5%
Educación y formación*	0,0%
Negocios*	0,0%
Actividades Culturales*	0,0%

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

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

El tiempo de permanencia de los visitantes dentro del territorio regional, según lo declarado por los residentes, se concentra en estadías de 4 a 7 días (33,9%). Otros tiempos de estadía se distribuyen de manera más bien heterogénea, con mayor prevalencia de las estadías breves de 1 a 3 días (19,8%). Los tiempos de estadía de más de un mes, parecen ser infrecuentes durante temporada baja (Tabla 50).

Tabla 50. Porcentaje de hogares que recibieron visitas durante la temporada baja 2017, según días que estas visitas permanecieron en la región.

Días de permanencia	Porcentaje**
1 - 3 días*	19,8%
4-7 días*	33,9%
Más de una semana*	12,8%
Más de dos semanas*	15,6%
Más de un mes*	1,3%

(*) La estimación de personas en este lugar está sujeta a alta variabilidad muestral y error de estimación, debido a su casi nula prevalencia en el total de personas. (**) La suma de porcentajes no es 100% dado a que es una pregunta de selección múltiple.

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

3.5. MERCADO LABORAL EN TURISMO

Durante el periodo de junio a julio de 2017, y en referencia a la población de 15 años o más, un 69,3% tuvo alguna ocupación, ya sea en el sector turístico, o en otro.

Entre las personas ocupadas, un 9,0% se empleó en el sector turístico, un 91,0% tuvo un empleo en otros rubros no ligados al turismo. De estos datos, se desprende que *al menos un 9,0% de la población ocupada durante junio a julio de 2017, tuvo un empleo ligado al turismo, sea de forma exclusiva, o en conjunto con otros sectores*. Del total de personas ocupadas en el sector turismo, un 45,9% considera este empleo como su actividad principal en el periodo junio-julio 2017.

Respecto al 9,0% de las personas de 15 años o más que se emplearon en el sector turismo o realizaron trabajos en alguna ocupación ligada al rubro, privilegian el trabajo en *Restaurantes, cafeterías, servicios de bebidas y comidas* (40,3%). Otras actividades que tienen menciones relevantes, son *Hoteles, cabañas u otros alojamientos*, con más de un tercio de los trabajadores del sector (34,8%). Poco menos de un quinto de las personas que tuvieron ocupación en el sector turístico, se desempeñaron en *Actividades ligadas a la naturaleza o deporte aventura* (18,1%) (Tabla 51).

Tabla 51. Porcentaje de personas de 15 años y más que realizaron alguna actividad turística en temporada baja 2017.

Actividad	Porcentaje**
Restaurantes, cafeterías, servicios de bebidas y comidas	40,3%
Hoteles, cabañas u otros alojamientos para turistas*	34,8%
Actividades ligadas a la naturaleza o el deporte aventura*	18,1%
Agencias de viajes, operadores turísticos o guías de turismo*	13,0%
Transporte turistas*	10,6%
Actividades creativas, artísticas o culturales*	8,5%
Empresas entretenimiento como bares, casinos u otros*	5,3%
Arriendo vehículos o equipos deportivos para turistas*	0,0%

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

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Considerando a las personas que realizaron alguna actividad turística durante el periodo de temporada baja, un 45,9% de ellas la realiza como actividad principal. La distribución de actividades turísticas realizadas por estas personas es similar a la referida anteriormente: un 37% se dedica a *Hoteles, cabañas u otros alojamientos para turistas*, seguida de *Restaurantes, cafeterías, o servicios de comida o bebida*, desempeñada por un 30,9% de las personas (Tabla 52).

Tabla 52. Porcentaje de personas de 15 años y más que realizaron alguna actividad turística en temporada baja 2017 como actividad principal.

Actividad	Porcentaje
Hoteles, cabañas u otros alojamientos para turistas*	37,3%
Restaurantes, cafeterías, o servicios de comida o bebidas*	30,9%
Agencias de viajes, operadores turísticos o guías de turismo*	12,3%
Actividades ligadas a la naturaleza o el deporte aventura*	8,0%
Empresas de entretenimiento, como bares, casinos u otros*	6,5%
Transporte de turistas*	3,2%
Actividades creativas, artísticas o culturales*	2,0%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Independientemente de la ocupación de la persona, una proporción muy baja parece tener algún tipo de estudio formal ligado a la actividad turística. Un 98,3% de las personas de 15 años o más, declaran no contar con ese tipo de formación (Tabla 53).

Tabla 53. Porcentaje de personas de 15 años y más con estudios formales en turismo.

Estudios	Porcentaje
No tiene estudios formales en turismo	98,3%
Estudios en educación Media Técnica Profesional ligado al turismo*	0,8%
Estudios de educación Técnica Superior ligados al turismo*	0,6%
Estudios Universitarios/Profesionales en turismo*	0,2%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

3.6. OPINIÓN ACERCA DEL TURISMO REGIONAL

Resulta de alto interés el conocer la opinión de los residentes de la región acerca del impacto que produce el turismo en diferente dimensiones de la vida social, como la economía, la calidad de vida, la seguridad ciudadana, el medio ambiente, entre otras. Esta aproximación permite obtener una mirada multidimensional de un fenómeno complejo como el turismo, cuyo desarrollo depende no únicamente de la gestión de empresarios y organismos públicos, sino también del comportamiento de la ciudadanía que convive cotidianamente con la actividad.

En términos de una percepción construida en base a los cambios que se producen en el entorno del residente afirman que *El turismo aumenta la aglomeración de personas y vehículos en mi entorno* (72,2%) (Tabla 54).

En términos subjetivos dos aseveraciones tienen una acogida similar entre las personas: *El turismo promueve el desarrollo económico en mi entorno* (71,7%) y *El turismo incrementa las oportunidades de empleo en mi entorno* (69,9%) (Tabla 54).

Las afirmaciones relativas a beneficios económicos producto del avance del desarrollo turístico (desarrollo económico, oportunidades de empleo, incremento de ingresos), son las que concentran mayores porcentajes de acuerdo entre los residentes de la región. Cerca de dos tercios de los residentes se muestran de acuerdo en cuanto a que el turismo *Incrementa el estándar de vida de las personas en mi entorno* (66,7% de acuerdo) y que *Contribuye al incremento de ingresos de las personas en mi entorno* (65,7% de acuerdo).

Sin perjuicio de ello, resulta llamativo que la aseveración con mayor porcentaje de acuerdo, tiene un sentido negativo en relación con el desarrollo del turismo. El aumento de los precios, por causa del

turismo también muestra un grado de acuerdo significativo (66,4%). Estas son las únicas aseveraciones sobre efectos negativos del turismo, en que el porcentaje de acuerdo es mayoritario. Otras aseveraciones contrarias a la actividad turística, muestran porcentajes de acuerdo más bajos (*El turismo incrementa la inseguridad ciudadana en mi entorno*, con 28,4% y *El turismo daña el medio ambiente en mi entorno*, con 26,8%) (Tabla 54).

Contabilizando tanto los porcentajes de acuerdo como de desacuerdo, la aseveración de que *El turismo promueve la infraestructura pública en mi entorno*, es la que concentra menor acuerdo entre los residentes de la región, entendiéndose por tanto, que los residentes no visualizan un impacto importante de la actividad turística sobre la infraestructura de uso público.

Tabla 54. Porcentaje de informantes según opinión expresada frente a proposiciones relacionada con el turismo. Aspectos del desarrollo del turismo.

Aspectos del desarrollo del turismo	De acuerdo	Indiferente	En Desacuerdo	Total
El turismo aumenta la aglomeración de personas y vehículos en mi entorno	72,2%	4,9%*	22,9%	100,0%
El turismo promueve el desarrollo económico en mi entorno	71,7%	8,7%	19,5%	100,0%
El turismo incrementa las oportunidades de empleo en mi entorno	69,9%	9,3%	20,8%	100,0%
El turismo incrementa el estándar de vida de las personas en mi entorno	66,7%	9,3%	24,0%	100,0%
El turismo incrementa el precio de los bienes en mi entorno	66,4%	8,6%	25,0%	100,0%
El turismo contribuye al incremento de ingresos de las personas en mi entorno	65,7%	7,7%	26,6%	100,0%
El turismo promueve la infraestructura pública en mi entorno	60,0%	8,1%	31,9%	100,0%
El turismo incrementa la inseguridad ciudadana en mi entorno	28,4%	7,9%*	63,7%	100,0%
El turismo daña el medio ambiente en mi entorno	26,8%	7,2%	66,0%	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Respecto de las actitudes¹³ de los residentes hacia el turismo, un 93,7% de las personas se identifica con la frase *Yo apoyo al turismo local*. Un 4,3% aparece como indiferente a la afirmación, y un 2% se muestra en desacuerdo con ella (Tabla 55).

Reflejando el elemento conductual de las actitudes, un 92% de los residentes responde que *Apoya con las dudas a los turistas que vienen a la región*. Nuevamente, el porcentaje de personas que se muestra reacia a prestar este tipo de ayuda es bajo (2,4%).

¹³ En este estudio se distingue entre opinión y actitud. La primera es entendida como la percepción de algo de lo que no se tiene certeza, y que no necesariamente compromete al individuo en sus creencias ni conductas. La actitud en cambio, refiere a la predisposición a actuar de tal o cual forma frente a un objeto, persona o situación. Esta última tiene contenida una acción potencial, a diferencia de la primera que solo es un juicio sin compromiso de acción.

Respecto de una visión de las implicancias del desarrollo del turismo en el territorio, un 80,2% es optimista al afirmar que *El desarrollo del turismo regional construye más ventajas que desventajas*. El 11,1% de las personas señala ser indiferente a esta afirmación y un 8,7% se muestra en desacuerdo.

La visión del turismo en su estado de desarrollo actual, genera mayor discrepancia de opiniones. Un 54,5% de los residentes se señala *Satisfecho con la actual situación del desarrollo turístico regional* y un 33,7% está en desacuerdo con ello; en otras palabras, insatisfecho con el estado actual de desarrollo del turismo (Tabla 55).

Tabla 55. Porcentaje de informantes según opinión expresada frente a proposiciones relacionada con el turismo. Aspectos relativos a las actitudes sobre el desarrollo del turismo.

Aspectos relativos a las actitudes sobre el desarrollo del turismo	De acuerdo	Indiferente	En Desacuerdo	Total
Yo apoyo el turismo local	93,7%	4,3%*	2,0%*	100,0%
Apoyo con las dudas a los turistas que vienen a la región	92,0%	5,6%*	2,4%*	100,0%
El desarrollo del turismo regional construye más ventajas que desventajas	80,2%	11,1%	8,7%*	100,0%
Estoy satisfecho con la actual situación del desarrollo turístico regional	33,7%	11,8%	54,5%	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Complementando el levantamiento de opiniones y actitudes de los residentes hacia el turismo regional, se indagó en la valoración que ellos hacen del patrimonio natural y cultural de Aysén. Casi la totalidad de los habitantes cree que *El patrimonio cultural de la región debe ser protegido* (98,6%). Un porcentaje alto de las personas afirma que *Conoce las costumbres de la región* (95,1%) (Tabla 56).

En relación con la traducción de la valoración del patrimonio regional en acciones cotidianas tendientes a su protección, un 91,3% indica *Ayudar a la protección del medio ambiente en mi vida cotidiana*. Un porcentaje alto también afirma que *Ayuda a la protección del patrimonio cultural de la región en mi vida diaria* (87,9%).

A pesar del acuerdo existente entre los residentes respecto de la importancia de la protección del patrimonio cultura, un porcentaje significativamente menor indica que *Conoce la historia de la región* (56,4%); un 29,8% indica no conocerla y un 13,8% es indiferente a esta indicación (Tabla 56).

Tabla 56. Porcentaje de informantes según opinión expresada frente a proposiciones relacionadas con el turismo. Aspectos relativos a la conservación natural y cultural de la región.

Aspectos relativos a la conservación natural y cultural de la región	De acuerdo	Indiferente	En Desacuerdo	Total
El patrimonio cultural de la región debe ser protegido	98,6%	0,7%*	0,7%*	100,0%
Conozco las costumbres de la región	95,1%	2,0%*	2,9%*	100,0%
Ayudo a la protección del medio ambiente en la región en mi vida diaria	91,3%	6,1%*	2,6%*	100,0%
Ayudo a la protección del patrimonio cultural de la región en mi vida diaria	87,9%	8,4%*	3,7%*	100,0%
Conozco la historia de la región	56,4%	13,8%	29,8%	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Englobando el análisis que se construye del turismo, desde las miradas subjetivas de las personas que residen en la región, resulta interesante que la totalidad de las personas afirman que recomendarían a otra persona visitar la región de Aysén (Tabla 57).

Tabla 57. Porcentaje de informantes que recomendaría a otra persona visitar la región de Aysén.

Recomendaría la región	Porcentaje
Sí	100,0%
No*	0,0%
Total	100,0%

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

4. NOTAS METODOLÓGICAS

4.1. BASE DE DATOS

El estudio de demanda turística en temporada baja de residentes de la Región de Aysén tiene como producto principal una base de datos cuya estructura se compone de 1499 casos en fila, y 288 variables en columna.

Esta base de datos tiene la particularidad de reunir los atributos de tres unidades de análisis¹⁴ diferentes: personas, hogares y grupo de viaje. Estas unidades de análisis cuentan con información diferente según la naturaleza de las preguntas del cuestionario, por lo que se deberá poner especial atención al momento de hacer un nuevo procesamiento, teniendo en consideración qué variables corresponden a un atributo de persona, a un atributo del hogar, o a un atributo del grupo de viaje (Ilustración 1). A saber:

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

¹⁴ Se entiende por unidad de análisis aquella que es objeto o sujeto de quien estudia un fenómeno determinado. Se distingue de la unidad de información porque es común que una persona entregue información de sí mismo, de otra persona, o de algún objeto, y que no necesariamente sea también la unidad de análisis. En los estudios de SITUR siempre hay un informante como unidad de información, pero hay múltiples unidades de análisis según el estudio, que pueden ser personas, hogar, grupo de viaje, o empresas, como es el caso del Estudio de Oferta.

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

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

Sección	Unidad de análisis			Conjuntos y subconjuntos de casos
	Hogar	Persona	Grupo de viaje	
Sección A: Características integrantes del hogar	-	Atributos de todas las personas del hogar	-	Todas las personas (N=1499)
Sección B: Viajes por la región de Aysén	-	-	Atributos de las personas que conformaron el grupo de viaje.	Sólo si A.7=1
Sección C: Viajes por Chile, fuera de la región de Aysén	-	-	Atributos de las personas que conformaron el grupo de viaje.	Sólo si A.9.1=1
Sección D: Viajes fuera de Chile	-	-	Atributos de las personas que conformaron el grupo de viaje.	Sólo si A.9.2=1
Sección E: Visitas recibidas	Atributos del hogar	-	-	Todos los hogares, información en fila de informante (N=529)
Sección F: Mercado laboral en turismo	-	Atributos solo de las personas de 15 años y más	-	Solo si en A.3>=15
Sección G: Opinión acerca del Turismo Regional	-	Atributos del informante	-	Todos los hogares, información en fila de informante (N=529)

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

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

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

Se incluye en la base de datos, además de las variables recopiladas a través del cuestionario, una serie de variables auxiliares que sirven al análisis de las primeras. El diccionario de variables que se presenta en anexos detalla cada una de las variables 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. También se incluye un valor -97 específicamente cuando en las preguntas referidas al gasto en viajes, el informante declaró algún monto que, en relación a la distribución de la variable, surgía como un dato atípico.

En el tratamiento de la información contenida en la base de datos, se debe tener en consideración el uso de filtros de aplicación de preguntas en distintas partes del cuestionario. El instrumento de encuesta (en Anexo) orienta del procesamiento de esta base de datos y contiene los saltos y filtros que correspondía aplicar durante la encuesta. En notas técnicas se incluyen algunas recomendaciones metodológicas a tener en cuenta para un mejor aprovechamiento de esta información.

4.2. COEFICIENTES DE VARIACIÓN

Los errores de muestreo son comunes a todo estudio que utilice una parte de la población para estimar características de todo el conjunto poblacional. 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 otros¹⁵. Para efectos del presente estudio se utiliza específicamente el Coeficiente de Variación como medida de error.

El error absoluto asociado a una estimación del 95% de confiabilidad se puede interpretar como la diferencia máxima que se esperaría observar entre el valor estimado y el verdadero valor de la variable, en una estimación con una confiabilidad del 95%. En tanto que el error relativo y el coeficiente de variación son medidas que indican la precisión relativa de la estimación. El cálculo del coeficiente de variación se obtiene del cociente entre la desviación estándar (raíz cuadrada de la varianza) y el valor de la estimación. Este cociente se puede interpretar como medida que indica la precisión relativa de la estimación.

La Tabla 58 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.

¹⁵ Ver “Encuesta Suplementaria de Ingresos (ESI) Manual Conceptual y Metodológico”, Junio 2017, Instituto Nacional de Estadísticas – Chile.

Tabla 58. Clasificación del Error Relativo (al 95%) y Coeficiente de Variación.

Clasificación	Rango del error relativo (%)		Rango del Coeficiente de variación (%)	
	0%	10%	0%	5%
Muy bueno	0%	10%	0%	5%
Bueno	10%	30%	5%	15%
Regular	30%	40%	15%	20%
No recomendable	40%	100%	20%	100%

Fuente: “Encuesta Suplementaria de Ingresos (ESI) Manual Conceptual y Metodológico”, Junio 2017, Instituto Nacional de Estadísticas – Chile.

De esta manera, si el usuario o investigador desea realizar análisis adicionales, es preciso que evalúe la confiabilidad del estimador que propone analizar de forma conjunta, tanto con el coeficiente de variación, como con el tamaño de la muestra. Se recomienda entonces, a modo de referencia, utilizar los siguientes criterios:

- i. Si el coeficiente de variación es de hasta un 5%, se considera que la estimación es muy buena o precisa, si y solo si la frecuencia de casos es superior a 5 observaciones.
- ii. Si el coeficiente de variación se ubica entre un 5% y un 15%, se considera que la estimación es buena, si y solo si la frecuencia de casos es superior a 5 observaciones.
- iii. Si el coeficiente de variación se ubica entre un 15% y un 20% se podría considerar una estimación poco confiable, independiente de si la frecuencia de casos es superior a 5 observaciones.
- iv. Si el coeficiente de variación supera el 20%, la estimación se presenta como poco precisa y por ende no recomendable, independiente de si la frecuencia de casos es superior a 5 observaciones.

4.3. INFORMANTE, INTEGRANTES DEL HOGAR Y GRUPO DE VIAJE

El cuestionario utilizado en el estudio, fue diseñado para conocer, a través del informante, las características tanto suyas, como de los demás integrantes del hogar. Los resultados que se presentan en este documento, por tanto, se basan en tablas que resumen en algunos casos información de la persona que sirve como informante de la encuesta, y en otros casos, de los otros integrantes.

Como expusiera en el apartado 4.1. BASE DE DATOS, será relevante aclarar la unidad de análisis que se utilizará para el acercamiento al fenómeno turístico. Esta unidad de análisis puede dejar de ser el “informante”, y usarse en su lugar al conjunto de personas que integran el hogar, o al conjunto de personas que componen el grupo de viaje.

Aun cuando en esta unidad de análisis no se contaría con factores de expansión adecuados para parámetros poblacionales, podría colaborar a enriquecer el análisis e interpretación de los datos. Por ejemplo, abordándose 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 bien, haciéndose una comparación de la experiencia de viaje, integrando tamaño de grupo como variable clasificatoria para la construcción de tipologías del perfil de turistas.

4.4. ESTIMACIÓN DE GASTO POR TURISTA

Para efectos de facilitar la respuesta en relación con gastos de viaje, las personas declararon su consumo en pesos chilenos. Para el cálculo y análisis de los gastos, se considera el monto en pesos chilenos nominales, considerando el día y mes de recogida de la información. Para las declaraciones en otra moneda, se consideró el promedio del tipo de cambio mensual. A fin de homogenizar el cálculo y análisis, los gastos de viaje se expresan en términos nominales, considerando el periodo de levantamiento de junio y julio 2017.

Para el cálculo de gasto promedio por turista, se presenta la medición del promedio de gasto por persona que haya realizado algún viaje pernoctando en la región de Aysén, o fuera de ella. Para cada ítem de gasto, esta medición incluye tanto a las personas que realizaron un gasto específico, como a las que no realizaron gasto en dicho ítem. Una forma de medición complementaria, calcula el gasto promedio en cada ítem, sólo entre las personas que efectivamente realizaron un gasto.

Entre las personas residentes de la región, y que realizaron algún viaje por Aysén en temporada baja, un 40% realizó gastos en alojamiento, con un gasto promedio diario por persona de \$10.938. Los gastos en alimentación son más frecuentes, abarcando a un 82,3% de los turistas internos, quienes gastaron en promedio \$5.912 por persona por día.

El transporte es el ítem en que mayor proporción de los turistas deben incurrir. Un 88% de ellos realizó efectivamente gasto en este ítem, con un promedio de \$4.210 diarios por persona. Los gastos en comercio o consumo son hechos por un 38,3% de los turistas, quienes gastaron en promedio \$7.762 diariamente (Tabla 59).

Otros ítems de gastos son menos frecuentes. El uso de agencias de viajes o tour operadores se limita a un 3,4% de los turistas de temporada baja, y el gasto promedio es de \$3.554. Un 2,9% realizó gastos en actividades turísticas, con un promedio de \$11.083 y solamente un 1,7% de los turistas consumieron bienes o servicios culturales, con un gasto de \$2.818 (Tabla 59).

En promedio, con este método de cálculo, el gasto promedio diario por persona en viajes dentro de la región, alcanza los \$16.884 (Tabla 60).

Tabla 59. Gasto promedio diario por persona en viajes en Aysén, según ítem.

Ítem	Proporción(**)	Gasto en pesos (***)
Alojamiento	40,0%	\$ 10.938
Alimentación	82,3%	\$ 5.912
Transporte	88,0%	\$ 4.210
Agencia de viajes / tour operador*	3,4%	\$ 3.554
Actividades turísticas*	2,9%	\$ 11.083
Comercio / consumo	38,3%	\$ 7.762
Bienes y servicios culturales	1,7%	\$ 2.818
Otro	9,1%	\$ 4.383

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

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

(***) Pesos chilenos nominales para el periodo junio-julio 2017

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

Tabla 60. Gasto promedio diario por persona en viajes en Aysén**.

Gasto promedio diario por persona, al final del viaje	\$16.884
--	-----------------

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

Fuente: Elaboración propia. INE Dirección Regional Aysén, Abril de 2018.

4.5. MOTIVOS DE VIAJE

A fin de conocer la motivación del turista para su viaje, se le solicitó al informante que nombrar 1 o 2 razones, para ello, jerarquizándolas donde el primer motivo era el más importante, y el segundo sería el menos importante. Por lo tanto, existen dos variables referidas al motivo. Estas son:

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

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

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

Esta aclaración tiene el objetivo de orientar al analista, en tanto se entiende que un nuevo procesamiento, hecho bajo el criterio de seleccionar “el motivo más nombrado” en un N igual al número de menciones, conllevaría a una pérdida de información en comparación con usar la priorización del informante.

4.6. REGIONALIZACIÓN NACIONAL VIGENTE

En el momento en que se realizó el estudio, en junio y julio 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.

Para futuras observaciones y procesamientos de datos presentados en este informe, se sugiere tomar en consideración los cambios en la división político-administrativa del país, en particular en lo referido a la procedencia de los turistas nacionales, según se presentan en la Tabla 39.

5. CONCLUSIONES

El estudio de Demanda en Viviendas entrega importante información acerca del comportamiento turístico de los residentes de la región de Aysén durante la temporada baja de 2017. Esta información comprende características sociodemográficas, actividades y hábitos de consumo desarrollados durante los viajes en la región, y percepciones y opiniones en relación con el turismo.

La principal fortaleza de la información presentada radica en el levantamiento de información primaria, esto es, información proveniente de las propias personas que residen habitualmente en la región, y que accedieron a permitir la entrada a sus viviendas para responder a las preguntas del estudio. Gracias a esto, es posible contar ahora con una base de datos actualizada, que presentará enorme utilidad para la toma de decisiones estratégicas en relación al rubro turístico regional, tanto por actores públicos como privados.

Independientemente del valor de los resultados entregados, es relevante hacer algunas precisiones respecto de elementos importantes para la etapa de análisis e interpretación de la información.

A un nivel metodológico

Un estudio como el que se presenta en este documento, que se ocupa de un fenómeno complejo y multidimensional, debe incorporar diferentes niveles de procesamiento para lograr un análisis que sea relevante y pertinente a la materia en estudio. El mero uso de análisis basados en promedios resultaría insuficiente e induciría generalizaciones que no darían cuenta del fenómeno completo. En este sentido, se hace necesaria la incorporación de categorías de análisis con límites más acotados, en virtud de las cuales se logre apreciar matices de los datos presentados, que en un análisis de promedio general quedarían ocultos. Un ejemplo es el tratamiento de las variables de gastos o tiempo de estadía, que si bien muestran información útil en el promedio, pueden entregar información de mayor riqueza al realizarse un análisis por categoría.

Estos análisis basados en la desagregación de los datos, deben ser debidamente informados con los coeficientes de variación y notas metodológicas presentadas en este mismo documento. De este modo, se podrá determinar el nivel de desagregación posible de los datos, sin perder calidad de la información obtenida.

Se recomienda tener una visión general e integrada de los distintos tabulados, para obtener una mejor comprensión de algún fenómeno determinado, antes de extraer conclusiones de alguna tabla específica. Esta visión general debe mantener en consideración la estructura y lógica del cuestionario empleado. Algunos tópicos de análisis (como las agencias de viaje), demandan una comprensión del planteamiento de la pregunta en el instrumento, para su buen entendimiento.

En relación a esto último, el contexto general del instrumento es el de recoger información de un los residentes de la región, que cumplen su rol de turistas durante el periodo de referencia de temporada baja. El análisis de la información aquí presentada se debe complementar con los otros estudios que forman el cuerpo completo de estudios del Sistema de Información (flujo, demanda en alojamientos), de manera tal de llegar a una perspectiva integrada del fenómeno turístico (emisivo y receptivo) en la región.

Finalmente, resulta fundamental seguir construyendo en conjunto entre las unidades técnicas del INE y SERNATUR, pautas con lineamientos que permitan a los usuarios tener una visión clara de cómo cada uno de los distintos instrumentos aporta una perspectiva específica para entender las dinámicas de funcionamiento del sector.

A un nivel de resultados estratégicos

Gracias a la utilización de la misma metodología en ambos levantamientos, los resultados obtenidos durante el periodo de temporada baja que se presentan en este informe, pueden ser comparados con aquellos obtenidos durante temporada alta 2017. Ello abre posibilidades de análisis referente a los viajes con origen en la región, sean internos, nacionales o internacionales. Además, se puede indagar en los impactos del turismo regional sobre los residentes, en términos de mercado laboral, opiniones y actitudes frente al turismo receptivo. Así, se visualizan algunas tendencias a ser analizadas con más detalle en etapas posteriores.

Comparativamente con la temporada alta 2017, se observa una notoria diferencia en la proporción de hogares cuyos integrantes realizaron algún viaje. Se observa una disminución de 16 puntos porcentuales en temporada baja. La tendencia también se traspasa a la medición por personas, donde se observa una baja de 19 puntos porcentuales de quienes realizaron viajes, en comparación con la temporada alta.

Todos los viajes, dentro de la región, fuera de la región y fuera de Chile muestran descensos en la cantidad de personas que los realizan. Para los viajes dentro de la región, las vacaciones dejan de ser el motivo principal en temporada baja, y la visita a familiares o amigos se convierte en la principal motivación para el turismo interno. Los viajes por trabajo también aumentan en proporción respecto de la temporada alta.

Saliendo de la región, el motivo principal siguen siendo las vacaciones, aun cuando su prevalencia es menor en 20 puntos porcentuales durante la época invernal. Los motivos para no viajar muestran distribuciones similares entre ambas mediciones estacionales.

En relación con los lugares visitados en los viajes dentro de la región, la ciudad de Coyhaique aumenta su prevalencia respecto de la temporada alta y se menciona como el lugar más visitado. Lugares como Puerto Aysén, Chile Chico, o Puerto Río Tranquilo descienden en cuanto a menciones de visitas.

La duración de los viajes dentro de la región aún se concentra en las estadías más breves, siendo esto más notorio en temporada baja. Los grupos de viaje, además, tienden a ser más pequeños en temporada baja, en virtud de la mayor cantidad de personas que viaja sola.

Referente a los servicios turísticos en los viajes internos, en cuanto a alojamiento se sigue prefiriendo la casa de familiares o amigos, seguida de cabañas y hostales o residenciales. En servicios de alimentación, hay menor cantidad de personas que preparan sus propias comidas en temporada baja. El transporte muestra una estructura de distribución similar entre ambas mediciones.

Todas las actividades turísticas bajan en su número de menciones, en especial aquellas actividades (como las de expresiones culturales con identidad regional) en las que existe un factor de oferta estacional.

Al salir de la región al resto de Chile durante la temporada baja, los residentes de Aysén prefieren las regiones Metropolitana y de Los Lagos (en orden de importancia). Ambas eran mencionadas en temporada alta con las mayores prevalencias, pero la décima región desciende en su frecuencia relativa. Las duraciones de los viajes se concentran mayormente en los rangos de Más de una semana, y Más de dos semanas (hasta un mes), tal como en temporada alta.

La proporción de residentes que viajan solos al resto de Chile aumenta al doble en temporada baja, alcanzando casi a los dos tercios de los viajantes. El punto de flujo de la región más frecuentado (en salida y retorno) es el Aeropuerto de Balmaceda, mientras la distribución en otros puntos se reduce a porcentajes bajos, particularmente en el caso de la Carretera Austral Norte.

Cuando se considera el valor promedio diario por persona, los gastos en los que incurren los residentes al momento de viajar dentro la región son levemente menores en temporada baja (alrededor de 9 puntos porcentuales de diferencia). Al contrario, los gastos aumentan en alrededor de 15%, cuando los viajes son a otras regiones del país.

En relación con el turismo receptivo, se denota una menor cantidad de personas que reciben visitas que pernocten en su vivienda durante temporada baja. Si en temporada alta, cerca de la mitad de los hogares alojaron visitantes durante al menos una noche, esta proporción bajo a algo más de un cuarto de los hogares durante la temporada baja. La relación de parentesco del informante con tales visitas muestra una estructura parecida en ambas estacionalidades, aunque los motivos de viaje de esas personas parecen haber cambiado en temporada baja, notándose una disminución de las personas que llegan por vacaciones. Igualmente, se aprecian algunas diferencias en los tiempos de estadía, en tanto aumentan los tiempos de 1 a 3 días, a la vez que las estadías de más de dos semanas se hacen menos frecuentes.

El mercado laboral en turismo también experimenta algunas variaciones estacionales leves. A igual nivel de ocupación (una diferencia de 1 punto porcentual), el sector turístico emplea a una menor proporción de población ocupada durante la temporada baja, viéndose un descenso de cerca de 8

puntos porcentuales respecto de la temporada alta. En temporada baja uno de cada dos ocupados en el sector turismo lo hace como ocupación principal, mientras que en temporada alta tres de cada cuatro ocupados en turismo declaran que es su actividad principal.

Respecto de las opiniones de los residentes sobre la actividad turística, los porcentajes de acuerdo se mantienen similares en ambas temporadas.

Cuando se incorporan elementos conductuales, se aprecia una mayor prevalencia de actitudes positivas de parte de los residentes durante temporada baja, aunque su nivel de satisfacción con la situación actual del turismo aparece mayor durante temporada alta. Al mismo tiempo, parece haber una mayor predisposición a colaborar cotidianamente en la protección del patrimonio regional durante la temporada baja.

Cuando se solicita a los residentes ponderar todas sus opiniones para recomendar a otras personas que visiten la región, en ambas temporadas la respuesta fue ampliamente positiva.

Resulta importante la disponibilidad de dos mediciones en un intervalo de 5 años, como herramienta para generar análisis comparados de la evolución de las características del turismo en la región. Como se mencionó anteriormente, algunas distinciones metodológicas hacen que este análisis deba iniciar por reconstruir parte de la información para una equivalencia de parámetros, sin embargo, constituye una oportunidad para evaluar el avance del fenómeno turístico durante este lapso en la región.

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) ¹⁶
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.

¹⁶ 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 horas¹⁷.

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.)¹⁸.

17 Glosario de Turismo SERNATUR, Departamento de Planificación

18 Glosario de Turismo SERNATUR, Departamento de Planificación

Actividad (principal) La actividad (principal) de una unidad de producción es la actividad (productiva) cuyo valor añadido supera el de cualquier otra actividad (productiva) realizada dentro de la misma unidad (SCN, 2008, párrafo 2.8).

Actividad (productiva) La actividad (productiva) llevada a cabo por una unidad estadística es el tipo de producción que ésta realiza. Debe entenderse como un proceso, es decir, la combinación de medidas que se traducen en un conjunto determinado de productos. La clasificación de actividades productivas está determinada por su producción principal.

Actividad/actividades En estadísticas de turismo, el término actividades representa las actividades y comportamientos de las personas al preparar un viaje o durante el mismo, en tanto que consumidores (RIET, 2008, párrafo 1.2).

Actividades características del turismo (ACT)

Las actividades características del turismo son aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo. Dado que el origen industrial de un producto (la industria de la CIU que lo produce) no es un criterio para la agregación de productos con una categoría similar en la CCP, no existe una relación personalizada estricta entre los productos y las industrias que los fabrican como sus principales productos. Dos productos de características similares, pero producidos por dos industrias diferentes de la CIU, se clasificarían en la misma categoría de la CCP (RIET, 2008, párrafo 5.11).

Actividades y productos característicos del turismo, específicos de cada país

Deberán ser determinados por cada país, aplicando los criterios establecidos en el párrafo 5.10 en su propio contexto; para estos productos, las actividades que los generan se considerarán características del turismo, y las industrias en las que la principal actividad sea característica del turismo se denominarán industrias turísticas (RIET, 2008, párrafo 5.16).

¹⁹ En este glosario de términos, las definiciones de los términos provenientes del Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 o el Manual de Balanza de Pagos, sexta edición (diciembre 2008) se han extraído de los documentos mencionados. Las definiciones relacionadas específicamente con las estadísticas de turismo son las definiciones incluidas en estas Recomendaciones internacionales (RIET, 2008). Excepcionalmente, algunos párrafos se han incluido para facilitar la comprensión, aunque no se incluyan como tales en las RIET, 2008. Como advertencia general, cabe señalar que el término “país” puede transponerse fácilmente a un lugar geográfico diferente, utilizando, en vez de aquél, los términos “región” o “lugar” (RIET, 2008, párrafo 2.3).

Asalariados Asalariados son todos aquellos trabajadores que tienen el tipo de empleo definido como empleos asalariados (OIT, decimoquinta CIET).

Bienes de consumo duraderos

Un bien de consumo duradero es un bien que puede utilizarse repetida o continuamente a efectos de su consumo durante un período de un año o más (SCN, 2008, párrafo 9.42).

Consumo intermedio

El consumo intermedio consiste en el valor de los bienes y servicios consumidos como insumo por un proceso de producción, excluidos los activos fijos cuyo consumo se registra como consumo de capital fijo (SCN, 2008, párrafo 6.213).

Consumo turístico

Este concepto se utiliza en el marco de la Cuenta Satélite de Turismo y es una extensión del concepto del gasto turístico. Además del gasto turístico, incluye, por ejemplo, las llamadas transferencias sociales en especie que benefician a los visitantes, la imputación de los servicios de alojamiento en casas de vacaciones que pertenecen a sus propietarios, etcétera.

Cuenta Satélite de Turismo

La Cuenta Satélite de Turismo es la segunda norma internacional sobre estadísticas de turismo que se ha elaborado para presentar dato económico relativo al turismo en un marco de coherencia interna y externa con el resto del sistema estadístico a través de su vínculo con el Sistema de Cuentas Nacionales. Es el marco básico de conciliación de las estadísticas de turismo.

Cuentas satélite

[...] Hay dos tipos de cuenta satélite, con funciones diferentes. El primer tipo, llamado a veces cuenta satélite interna, toma el conjunto completo de normas y convenciones contables del SCN, pero se centra en un aspecto particular de interés, alejándose de las clasificaciones y jerarquías normalizadas. Como ejemplos pueden citarse el gasto del turismo, la producción de café y la protección medioambiental. El segundo tipo, llamado cuenta satélite externa, puede añadir datos no económicos o variar algunas de las convenciones contables o ambas cosas a la vez. Se trata de una forma especialmente apta para explorar nuevos ámbitos en un contexto de investigación. Un ejemplo puede ser el papel del trabajo voluntario en la economía. [...]. (SCN, 2008, párrafo 29.85).

Destino (destino principal de un viaje)

El destino principal de un viaje turístico es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje (RIET, 2008, párrafo 2.31).

Economía (de referencia)	Economía (o economía de referencia) es una referencia económica definida en el mismo sentido que en la balanza de pagos y el sistema de cuentas nacionales: se refiere a los agentes económicos que residen en el país de referencia (RIET, 2008, párrafo 2.15).
Empleadores	Empleadores son aquellos trabajadores que, trabajando por su cuenta con uno o más socios, tienen el tipo de empleo definido como empleo independiente y que, en virtud de su condición de tales, han contratado a una o varias personas para que trabajen para ellos en su empresa como asalariados a lo largo de un período continuo que incluye el período de referencia (OIT, decimoquinta CIET).
Empleo en las industrias turísticas	El empleo en las industrias turísticas puede medirse como un recuento de las personas empleadas en las industrias turísticas, en cualquiera de sus empleos, como un recuento de las personas que desempeñan su empleo principal en las industrias turísticas, o como un recuento de los empleos en las industrias turísticas (RIET, 2008, párrafo 7.9).
Empleos independientes (self-employment job)	Los empleos independientes son aquellos empleos en los que la remuneración depende directamente de los beneficios (o del potencial para realizar beneficios) derivados de los bienes o servicios producidos (OIT, decimoquinta CIET).
Entorno habitual	El entorno habitual de una persona, concepto clave en turismo, se define como la zona geográfica (aunque no necesariamente contigua) en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales (RIET, 2008, párrafo 2.21).
Establecimiento	Un establecimiento es una empresa o parte de una empresa situada en un único emplazamiento y en el que sólo se realiza una actividad productiva o en el que la actividad productiva principal representa la mayor parte del valor añadido (SCN, 2008, párrafo 5.14).
Gasto turístico	El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos. Incluyen los gastos realizados por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros (RIET, 2008, párrafo 4.2).
Gasto turístico emisor	El gasto turístico emisor es el gasto turístico realizado por un visitante residente fuera de la economía de referencia (RIET, 2008, párrafo 4.15 c).

Gasto turístico interior	El gasto turístico interior incluye todo el gasto turístico de los visitantes, tanto residentes como no residentes, en la economía de referencia. Es la suma del gasto turístico interno y el gasto turístico receptor. Incluye la adquisición de bienes y servicios importados al país de referencia y vendidos a los visitantes. Este indicador proporciona la medición más completa del gasto turístico en la economía de referencia (RIET, 2008, párrafo 4.20 a).
Gasto turístico interno	El gasto turístico interno es el gasto turístico realizado por un visitante residente en la economía de referencia (RIET 2008, párrafo 4.15 a).
Gasto turístico nacional	El gasto turístico nacional incluye todo el gasto turístico de los visitantes residentes tanto dentro como fuera de la economía de referencia. Es la suma del gasto turístico interno y el gasto turístico emisor (RIET, 2008, párrafo 4.20 b).
Gasto turístico receptor	El gasto turístico receptor es el gasto turístico realizado por un visitante no residente en la economía de referencia (RIET 2008, párrafo 4.15 b).
Grupo de viaje	Un grupo de viaje se define como visitantes que realizan juntos un viaje y comparten los gastos vinculados con el mismo (RIET, 2008, párrafo 3.2).
Industrias turísticas	Las industrias turísticas incluyen todos los establecimientos en los cuales la actividad principal es una actividad característica del turismo. El término industrias turísticas es equivalente a actividades características del turismo y, con frecuencia, ambos términos se utilizan como sinónimos en las RIET, 2008.
Lugar de residencia habitual	El lugar de residencia habitual es el lugar geográfico en que la persona empadronada reside habitualmente, y se define por la ubicación de su vivienda principal (Principios y recomendaciones para los censos de población y habitación de las Naciones Unidas, párrafos 2.20 a 2.24).
Motivo (principal) de un viaje turístico	El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar (RIET, 2008, párrafo 3.10). La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etcétera) (RIET, 2008, párrafo 3.14).
Nacionalidad	El concepto de “país de residencia” de un viajero es distinto del de su nacionalidad o ciudadanía (RIET, 2008, párrafo 2.19).

Negocios y motivos profesionales (de un viaje turístico)

La categoría negocios y motivos profesionales de un viaje turístico incluye las actividades realizadas por los trabajadores independientes y los trabajadores asalariados, siempre que no correspondan a una relación explícita o implícita empleador-trabajador con un productor residente en el país o lugar visitado; las actividades realizadas por inversores, empresarios, etcétera (RIET, 2008, párrafo 3.17.2).

Objetos valiosos

Los objetos valiosos son bienes producidos de valor considerable que no se utilizan principalmente con fines de producción o consumo, sino que se conservan como depósitos de valor con el tiempo (SCN, 2008, párrafo 10.13).

País de referencia

El país de referencia es el país para el que se realiza la medición (RIET, 2008, párrafo 2.15).

País de residencia

El país de residencia de un hogar se determina de conformidad con el centro de interés económico predominante de sus miembros. Si una persona reside (o pretende residir) durante más de un año en un país determinado en el que tiene su centro de interés económico (por ejemplo, en el que pasa la mayor parte del tiempo), se considera que esta persona es *residente* en este país.

Partida “viajes” (de la balanza de pagos)

Viajes es una partida de la cuenta de bienes y servicios de la balanza de pagos: los créditos de viajes abarcan los bienes y servicios para uso propio o para regalar y que han sido adquiridos en una economía por no residentes durante sus visitas a dicha economía. Los débitos de viajes engloban los bienes y servicios para uso propio o para regalar que hayan sido adquiridos en otras economías por residentes durante sus visitas a otras economías (MBP6, párrafo 10.86).

Personas con empleos independientes que no tienen trabajadores asalariados

Las personas con empleos independientes que no tienen trabajadores asalariados se clasifican como trabajadores por cuenta propia (OIT, decimoquinta CIET).

Personas con empleos independientes que tienen trabajadores asalariados

Las personas con empleos independientes que tienen trabajadores asalariados se clasifican como empleadores (OIT, decimoquinta CIET).

Población económicamente activa

La población económicamente activa o la fuerza de trabajo abarca todas las personas de uno u otro sexo que aportan su trabajo para producir bienes y servicios, definidos según y cómo lo hacen los sistemas de

cuentas nacionales durante un período de referencia especificado (OIT, decimotercera CIET, párrafo 6.18).

Producción

La *producción* se define como los bienes y servicios producidos en un *establecimiento*,

a) Excluyendo el valor de aquellos bienes y servicios utilizados en una actividad para la que el establecimiento no asume el riesgo de utilizar los productos que se elaboran, y

b) Excluyendo el valor de aquellos bienes y servicios consumidos en el mismo establecimiento, salvo los bienes y servicios utilizados para la formación de capital (capital fijo o cambios en los inventarios) o para el consumo final propio (SCN, 2008, párrafo 6.89).

Producción

La *producción* económica puede definirse como una actividad realizada bajo el control y la responsabilidad de una unidad institucional que utiliza mano de obra, capital, y bienes y servicios para producir otros bienes y servicios (SCN 2008, párrafo 6.24).

Producción (principal)

La *producción principal* de una *actividad (productiva)* se debería determinar con referencia al valor añadido de los bienes vendidos o de los servicios prestados (CIU Rev.4, párrafo 114).

Productos característicos del turismo

Los productos característicos del turismo son aquellos que cumplen uno o ambos de los siguientes criterios:

a) El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante del gasto total turístico (condición de la proporción que corresponde al gasto/ demanda).

b) El gasto turístico en el producto deberían representar una parte importante de la oferta del producto en la economía (condición de la proporción que corresponde a la oferta). Este criterio supone que la oferta de un producto característico del turismo se reduciría considerablemente si no hubiera visitantes (RIET, 2008, párrafo 5.10).

Productos conexos al turismo

Se reconoce su importancia en el análisis del turismo para la economía de referencia, aunque su vínculo con el turismo está muy limitado a escala mundial. En consecuencia, las listas de dichos productos serán específicas de cada país (RIET, 2008, párrafo 5.12).

Puesto de trabajo (o empleo)

El acuerdo entre un empleado y el empleador define un puesto de trabajo y cada trabajador por cuenta propia tiene un puesto de trabajo (SCN, 2008, párrafo 19.30).

Relación empleador-trabajador

Existe una relación empleador-trabajador cuando hay un acuerdo, ya sea formal o informal, entre una entidad y una persona, normalmente concluido de forma voluntaria entre ambas partes, en virtud del cual dicha persona trabaja para la entidad a cambio de una remuneración en efectivo o en especie (MBP6, párrafo 11.11).

Residencia habitual

Por lugar de residencia habitual se entiende el lugar geográfico en que la persona empadronada reside habitualmente (Principios y recomendaciones para los censos de población y habitación (publicación de las Naciones Unidas, párrafos 2.16 a 2.18).

Residentes/no residentes

Los residentes de un país son las personas cuyo centro de interés económico predominante está situado en el territorio económico de dicho país. Para un país, los no residentes son las personas cuyo centro de interés económico predominante está situado fuera de su territorio económico.

Territorio económico

El término territorio económico es una referencia geográfica y hace alusión al país para el que se realiza la medición (país de referencia) (RIET, 2008, párrafo 2.15).

Turismo

El turismo hace referencia a la actividad de los visitantes (RIET, 2008 párrafo 2.9.).

Turismo emisor

El turismo emisor abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno (RIET, 2008, párrafo 2.39 c)).

Turismo interior

El turismo interior engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales (RIET, 2008, párrafo 2.40 a)).

Turismo internacional

El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores (RIET, 2008, párrafo 2.40 c)).

Turismo interno	El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor (RIET, 2008, párrafo 2.39).
Turismo nacional	El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores (RIET, 2008, párrafo 2.40 b).
Turismo receptor	El turismo receptor engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor (RIET, 2008, párrafo 2.39).
Turista (o visitante que pernocta)	Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (RIET, 2008, párrafo 2.13).
Viaje/viajero	El termino viaje designa la actividad de los viajeros. Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración (RIET, 2008, párrafo 2.4).
Viaje en un grupo	Un viaje en grupo está integrado por personas o grupos de viaje que viajan juntas; por ejemplo, personas que realizan el mismo viaje combinado, o jóvenes que van a un campamento de verano. (RIET, 2008, párrafo 3.5).
Viaje turístico	Los viajes realizados por los visitantes son viajes turísticos (RIET, 2008, párrafo 2.29).
Viaje turístico interno	Un viaje turístico interno es aquél cuyo destino principal está situado en el país de residencia del visitante (RIET, 2008, párrafo 2.32).
Visita	Un viaje se compone de visitas a diferentes lugares. El término “visita turística” hace referencia a una estancia en un lugar visitado durante un viaje turístico (RIET, 2008, párrafos 2.7 y 2.33).
Visitante	Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados (RIET, 2008, párrafo 2.9).
Visitante de negocios	Un visitante de negocios es un visitante para el que los negocios y motivos profesionales son el motivo principal de un viaje turístico. (RIET, 2008, párrafo 3.17.2).

Visitante del día (o excursionista)

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (RIET, 2008, párrafo 2.13).

Visitante internacional

Un viajero internacional se considera un visitante internacional con respecto al país de referencia si: a) está realizando un viaje turístico y b) es un no residente que viaja en el país de referencia o un residente que viaja fuera del mismo (RIET, 2008, párrafo 2.42).

Visitante interno

Cuando un visitante viaja dentro de su propio país de residencia, se trata de un visitante interno y sus actividades forman parte del turismo interno.

Vivienda de vacaciones

Una vivienda de vacaciones (también conocida como casa u hogar de vacaciones) es una vivienda secundaria visitada por los miembros del hogar, fundamentalmente con fines de ocio, vacaciones o cualquier otra forma de esparcimiento (RIET, 2008, párrafo 2.27).

Viviendas

Cada hogar tiene una vivienda principal (a la que algunas veces se hace referencia como hogar principal), que suele definirse en función del tiempo que se pasa en la misma, cuya localización determina el país de residencia y el lugar de residencia habitual de dicho hogar y de todos sus miembros. Todas las demás viviendas (pertenecientes al hogar o alquiladas por el mismo) se consideran viviendas secundarias (RIET, 2008, párrafo 2.26).