

2.1.

EVOLUCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS RELACIONADAS A ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO (ACT)



La base de datos para estimar la evolución y distribución de la Oferta Turística Regional entre los años 2005-2015, fue elaborada por el Departamento de Estadísticas - SERNATUR, División de Estudios - Subsecretaría de Turismo, con información de empresas en directorio del Servicio de Impuestos Internos (SII) a septiembre de 2016 y que son denominadas como empresas relacionadas a Actividades Características del Turismo (ACT).

El Servicio de Impuestos Internos, presenta las siguientes notas metodológicas que permite contextualizar el alcance de la información:

1. Cifras preliminares, las cuales podrían variar producto de rectificación por parte de los contribuyentes, o bien, por procesos de fiscalización.

2. Un contribuyente se clasifica como empresa si cumple uno o más de los siguientes atributos:

- Es identificado como contribuyente de 1a Categoría.
- Presenta declaración jurada 1887.
- Presenta declaración jurada 1827.
- Es declarante vigente de IVA.

3. La región/comuna se determina por la dirección vigente ante el Servicio de Impuestos Internos como domicilio / casa matriz al 31 de Diciembre de 2009 para años anteriores o iguales a 2009 y la dirección vigente al 31 de Diciembre para los años 2010 y posteriores.

-Todas las cifras presentadas corresponden a estimaciones a partir de información con carácter y fines tributarios, proporcionada, mediante autodeclaración, por parte de los contribuyentes, por lo que representan una aproximación a cifras económicas y estadísticas, y se encuentran sujetas a variación por rectificación del contribuyente, acción fiscalizadora de este Servicio o modificación de las convenciones utilizadas para efectuar estas estimaciones.

-La información aquí contenida proviene de antecedentes obtenidos de los contribuyentes por parte del Servicio de Impuestos Internos, razón por la cual, su naturaleza es tributaria y no económica. Se deja constancia expresa que el Servicio de Impuestos Internos no asume responsabilidad alguna por la veracidad de los datos con que se ha elaborado el estudio o estadística, por lo que no otorga respecto de aquéllos garantía alguna en lo que se refiere a la exactitud, vigencia o integridad, ni asume responsabilidad de ninguna especie por el uso o aplicación que se haga de la referida información.



2.1.

EMPRESAS RELACIONADAS CON ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO (ACT) | PERÍODO AÑOS 2005 – 2015



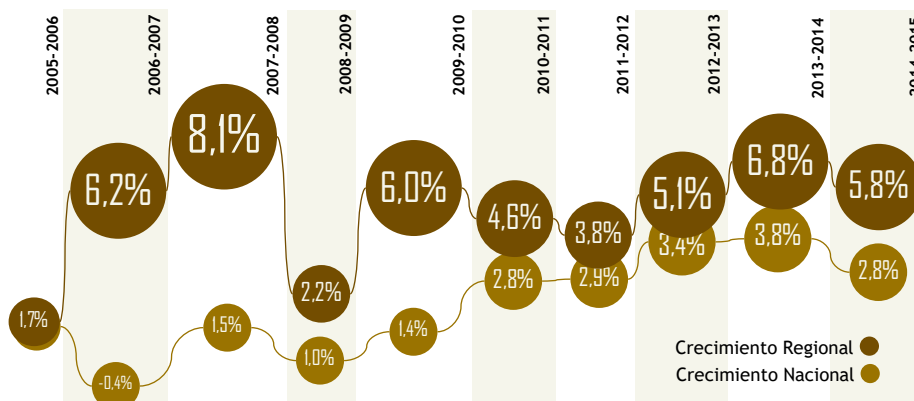
Del total de empresas a nivel nacional relacionadas a actividades características del turismo, la región de Aysén no alcanza al 1% de participación. El año 2005 correspondía al 0,74% del total nacional, el año 2010 alcanzó un 0,89% de la oferta turística país y el año 2015 alcanzó una participación del 0,98% del total de empresas a nivel nacional, relacionadas a actividades características del turismo.



Sin embargo, el grado de participación de la oferta turística regional, respecto al total nacional, durante los últimos 10 años tiende a un leve pero constante aumento en su participación, producto del crecimiento constante del número de empresas relacionadas con ACT en la Región de Aysén.

Gráfico n° 19

Variación (%) número de empresas con Actividades Características del Turismo
Evolución Nacional y Región de Aysén | período año 2005 – año 2015



Fuentes: Dpto. de estudios económicos y tributarios de la subdirección de gestión estratégica y estudios tributarios, SII. Fecha de Extracción: Septiembre 2016.

Elaboración: Programa Sistema de Información Turística Regional - Sernatur Aysén en base a Información publicada por la subsecretaría de turismo en archivo, estadísticas de empresas en las actividades características al turismo.

Gráfico n° 18

Número de empresas con Actividades Características del Turismo
Región de Aysén | período año 2005 – año 2015



Fuentes: Dpto. de estudios económicos y tributarios de la subdirección de gestión estratégica y estudios tributarios, SII. Fecha de Extracción: Septiembre 2016.

Elaboración: Programa Sistema de Información Turística Regional - Sernatur Aysén en base a Información publicada por la subsecretaría de turismo en archivo, estadísticas de empresas en las actividades características al turismo.

Desde la perspectiva del variación (%) en el crecimiento anual de la oferta, la Región de Aysén a mostrado un aumento promedio de 5,23 % en los últimos 5 años (años 2010-15), superando al crecimiento país que fue de un 3,13% el mismo periodo de referencia.

El gráfico n°18, muestra que entre el año 2005 y 2010, aumentó en 188 empresas relacionadas a actividades características del turismo y entre los años 2010 y 2015, alcanzó una aumento en la oferta regional de 261 empresas.

Finalmente, el gráfico n°19, visibiliza que el crecimiento interanual de empresas ACT, tienen una variación de crecimiento por sobre el comportamiento nacional.

2.1.1. EMPRESAS RELACIONADAS A ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO (ACT) PERÍODO 2005–2015

2.1.

NIVEL DE VENTAS (NETAS) DE EMPRESAS RELACIONADAS CON ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO (ACT) | PERÍODO 2005–2015

708,9 UNIDADES DE FOMENTO | AÑO-2015 |
PROMEDIO VENTAS NETAS ANUALES POR EMPRESA ACT REGIÓN DE AYSÉN

738,4 UNIDADES DE FOMENTO | AÑO-2014 |
PROMEDIO VENTAS NETAS ANUALES POR EMPRESA ACT REGIÓN DE AYSÉN

800,4 UNIDADES DE FOMENTO | AÑO-2013 |
PROMEDIO VENTAS NETAS ANUALES POR EMPRESA ACT REGIÓN DE AYSÉN

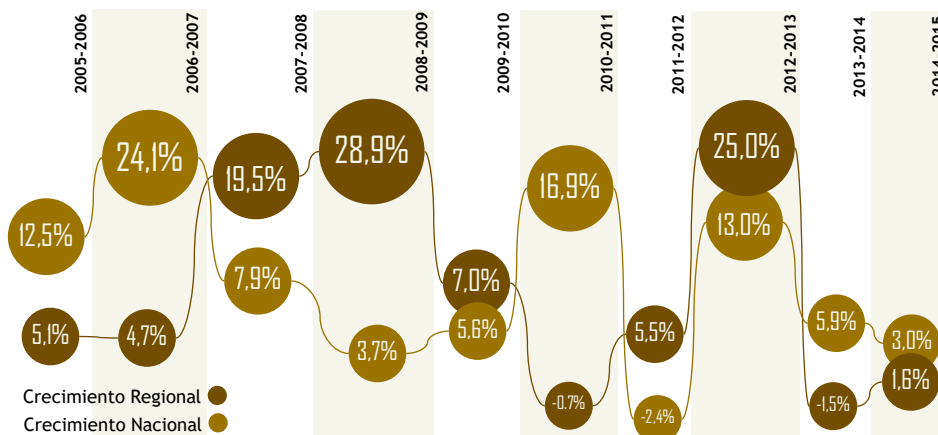
El volumen de ventas netas generadas por empresas relacionadas a Actividades Características del Turismo (ACT), la región de Aysén durante el año 2005 aportó con el 0,10% del total de ventas netas a nivel nacional. En una mirada realizada al año 2010, el aporte regional aumentó levemente a un 0,11% y volvió a mantenerse en un 0,10% del total nacional, al focalizarse en el comportamiento de las ventas netas nacionales el año 2015.

Entre los años 2010-2015, las ventas netas regionales presentaron un crecimiento promedio de 6.0% anual, que estuvo por debajo del crecimiento de las ventas netas anuales nacional, que evidencia un 7,3 % de crecimiento promedio.

Gráfico n° 20

Variación (%) Interanual Ventas Netas

de empresas relacionadas a Actividades Características del Turismo
 Evolución Nacional y Región de Aysén | Período años 2005-2015

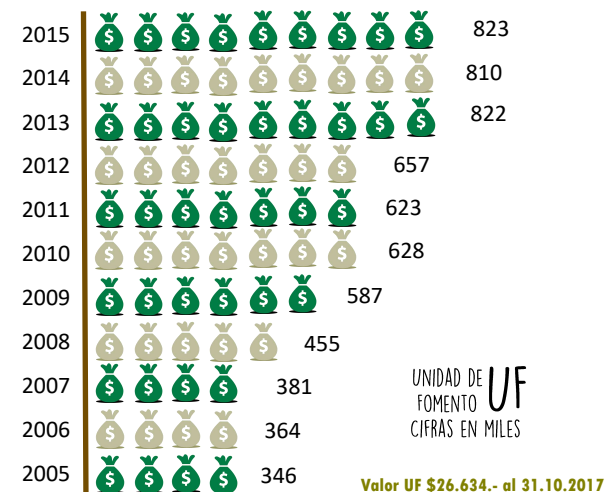


Fuentes: Opto. de estudios económicos y tributarios de la subdirección de gestión estratégica y estudios tributarios, SII. Fecha de Extracción: Septiembre 2016.

Elaboración: Programa Sistema de Información Turística Regional - Sernatur Aysén en base a Información publicada por la subsecretaría de turismo en archivo, estadísticas de empresas en las actividades características al turismo.

Infografía n° 03

Ventas Netas (en Miles de UF) empresas relacionadas a
 Actividades Características del Turismo
 Región de Aysén | Período años 2005 - 2015



Fuentes: Opto. de estudios económicos y tributarios de la subdirección de gestión estratégica y estudios tributarios, SII. Fecha de Extracción: Septiembre 2016.

Elaboración: Programa Sistema de Información Turística Regional - Sernatur Aysén en base a Información publicada por la subsecretaría de turismo en archivo, estadísticas de empresas en las actividades características al turismo.

El gráfico n°20, muestra un comportamiento oscilante entre los datos nacionales y regionales.

Aunque la constante es un aumento en las ventas, desde la perspectiva regional, se evidencia que tan solo los períodos años 2010-2011 y 2013-2014, existió un leve decrecimiento de -0,7% y -1,5% respectivamente.

Finalmente, al relacionar las ventas netas anuales (infografía n°03), con el números de empresas ACT (gráfico n°18), el período entre los años 2013 al 2015 presentó el mayor volumen de ventas netas promedio, alcanzando su punto más alto el año 2013 con 800UF (21 millones de pesos, según valor UF al 31 de octubre de 2017) por empresa ACT.



2.1.

COMPOSICIÓN DE EMPRESAS RELACIONADAS ACT Y SU DISTRIBUCIÓN EN LA REGIÓN DE AYSÉN AÑO 2015

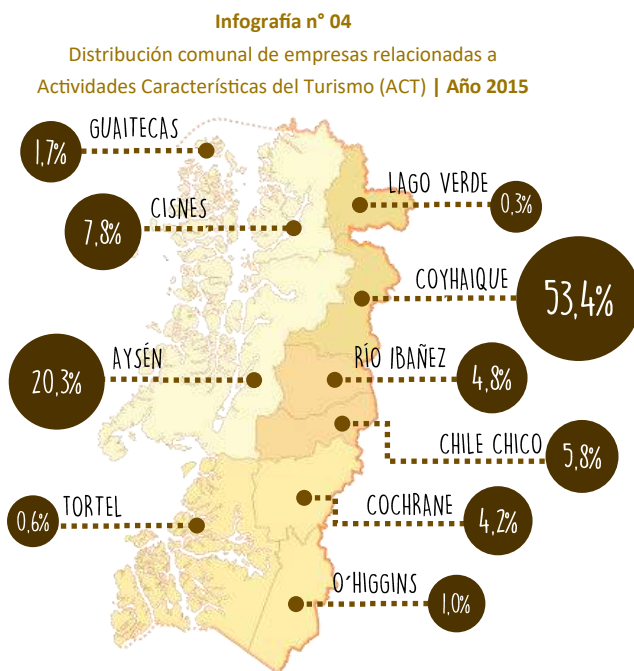
La composición de las empresas relacionadas a Actividades Características de Turismo (ACT), tanto a nivel nacional como regional, se focaliza en los rubros de *alojamiento, alimentación, transporte de pasajeros y agencia de viajes/tour operadores/guías*.

La región de Aysén, concentra más del 50% de las empresas ACT, el año 2015 proveían el *servicio de alojamiento y, la provisión de alimentos y bebidas*.

Cabe destacar que al comparar la oferta de *servicio de alojamiento*, existe una diferencia de casi 24 puntos porcentuales entre la participación nacional (8,8%) y regional (32,7%) - ver tabla n°03-

También, es relevante señalar que las *actividades de agencias de viajes, tour operadores y guías turísticos*, en el destino Aysén Patagonia, muestra una mayor presencia respecto al composición de empresas ACT nacional.

2.1.3. COMPOSICIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA Y SU DISTRIBUCIÓN EN LA REGIÓN DE AYSÉN AÑO 2015



Fuentes: Dpto. de estudios económicos y tributarios de la subdirección de gestión estratégica y estudios tributarios, SII. Fecha de Extracción: Septiembre 2016.
Elaboración: Programa Sistema de Información Turística Regional - Sernatur Aysén en base a Información publicada por la subsecretaría de turismo en archivo, estadísticas de empresas en las actividades características al turismo.

Tabla n° 03
Participación de la Oferta Turística según Actividades
Comparación Nivel Nacional y Regional | Año 2015

NACIONAL	ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO	REGIÓN AYSÉN
8,8%	Actividades de alojamiento turístico	32,7%
1,5%	Actividades de agencias de viajes, tour operadores y guías turísticos	7,1%
28,1%	Actividades de provisión de alimentos y bebidas	20,4%
28,7%	Transporte de pasajeros por carretera	18,7%
0,2%	Transporte aéreo de pasajeros	0,4%
0,2%	Transporte de pasajeros por agua	2,0%
3,2%	Alquiler de equipos de transporte	2,6%
0,1%	Actividades culturales	0,1%
0,3%	Actividades deportivas	0,5%
2,0%	Actividades esparcimiento	2,6%
26,8%	Otras actividades (no prioritarias)	12,9%
100,0%	Total Empresas ACT	100,00%

Fuentes: Dpto. de estudios económicos y tributarios de la subdirección de gestión estratégica y estudios tributarios, SII. Fecha de Extracción: Septiembre 2016.

Elaboración: Programa Sistema de Información Turística Regional - Sernatur Aysén en base a Información publicada por la subsecretaría de turismo en archivo, estadísticas de empresas en las actividades características al turismo.

Desde una perspectiva territorial, la región concentra casi el 75% de los servicios (o casas matrices) de las empresas ACT, en la comuna de Coyhaique y comuna de Aysén.

En el sector norte, correspondiente a las comunas de Cisnes, Lago Verde y Guaitecas, compone el 9,8% de las empresas ACT. Y, hacia el sur de la región; el territorio Chelenko compone el 10,6% de la oferta regional (comuna de Chile Chico y Río Ibañez) y; el territorio Glaciares (comuna de Cochrane, Tortel y O'Higgins) alcanza un 5,8% de las empresas ACT regionales.

2.1.

PRINCIPALES ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO Y SU DISTRIBUCIÓN COMUNAL—TERRITORIAL | AÑO 2015

Infografía n° 05

Principales Actividades de la Oferta Turística
Distribución Comunal y Territorial | Año 2015



Fuentes: Dpto. de estudios económicos y tributarios de la subdirección de gestión estratégica y estudios tributarios. SII. Fecha de Extracción: Septiembre 2016.

Elaboración: Programa Sistema de Información Turística Regional - Sernatur Aysén en base a Información publicada por la subsecretaría de turismo en archivo, estadísticas de empresas en las actividades características al turismo.

78,9% de la composición de empresas relacionadas a Actividades Características del Turismo se dedican a: proveer servicio *alojamiento turístico*; *provisión de alimentos y bebidas*; *agencia de viajes, tour operadores y guías turísticos* y; *transporte por carretera*.

Las empresas relacionadas a **actividades de alojamiento turístico**, son las que tienen mayor distribución en el territorio regional. Fuera del eje Coyhaique-Aysén, la comuna de Cisnes presenta un alto porcentaje (12,4%) en relación a las otras comunas de la región.

Las empresas relacionadas a la **provisión de alimentos y bebidas**, tienen menor distribución en los territorios, donde por ejemplo la comuna de Lago Verde y O'Higgins, el año 2015, no mostraron participación regional. Esto puede estar relacionado a que es un complemento del servicio de alojamiento (que prima para cumplir con los trámites ante el SII) o que la casa matriz de las empresas, no se encuentren en la comuna.

Respecto a las empresas asociadas al rubro de **agencia de viajes / tour operadores / guías**, se concentran principalmente en Coyhaique. Cabe señalar la presencia de este tipo de empresas en la comuna de Río Ibáñez, como segunda mayoría a nivel regional (11%). Este comportamiento puede estar asociado al desarrollo experimentado vinculado al atractivo Capillas de Mármol (localidad de Puerto Río Tranquilo). Además, en el territorio Glaciares, este servicio junto al de alojamiento, son los que mayor presencia tienen en la distribución regional.

Finalmente, las **empresas de transporte por carretera** presenta la mayor concentración en el territorio Coyhaique – Aysén, alcanzando el 86,6%. Y en segunda línea, se concentran las empresas de transporte localizadas en el territorio Queulat y Chelenko, siendo el territorio Glaciares (Cochrane y O'Higgins), el que cuenta con menor presencia de este tipo de empresas ACT.

2.1.4. PRINCIPALES ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO Y SU DISTRIBUCIÓN COMUNAL—TERRITORIAL AÑO 2015

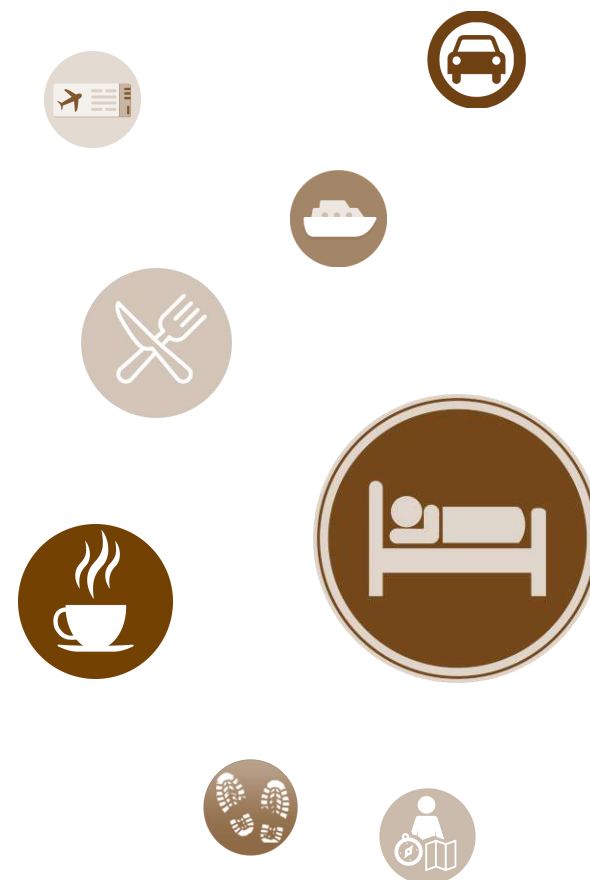
2.2.

CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA EMPRESAS RELACIONADAS A ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO

La información que se provee en este apartado, se elabora en base a información levantada por el Instituto Nacional de Estadísticas INE y SERNATUR Región de Aysén el año 2013, teniendo como referencia el comportamiento de la oferta turística durante el año 2012. La muestra corresponde al 66% del directorio de los servicios turísticos asociados a las ACT (Actividades características al Turismo) en la Región de Aysén. El levantamiento de información tuvo una cobertura regional, donde el grupo de encuestadores abordaron las diez comunas que componen la Región de Aysén (Guaitecas, Cisnes, Lago Verde, Coyhaique, Aysén, Río Ibáñez, Chile Chico, Cochrane Tortel y O'Higgins) que componen las cuatro provincias de la región; *Coyhaique, Aysén, General Carrera y Capitán Prat*.

El Directorio de las empresas que fueron parte de este levantamiento de información, está compuesto en un 55% por establecimientos de alojamiento turístico, 32% fueron establecimientos de alimentos y bebidas (*restaurantes, cafeterías, comidas rápidas, entre otros*) y el 13% restante, se divide en empresas dedicadas a las otras actividades características del turismo, como; tour operadores, agencias de viajes, servicios de transporte terrestre, servicio de transporte marítimo y arriendo de vehículos.

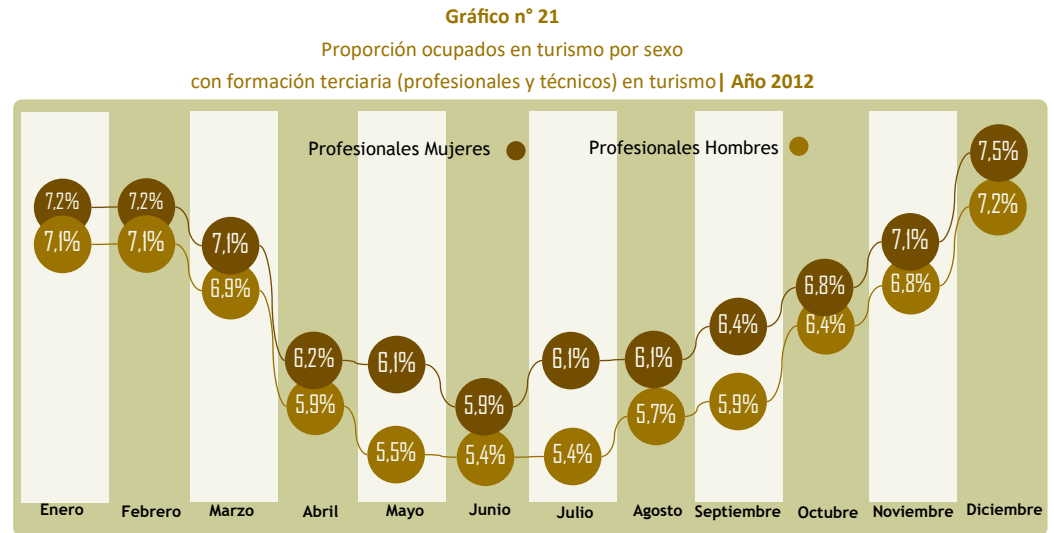
Los resultados del Estudio de Oferta Regional 2013 que serán expuestas, corresponden a una mirada global de las empresas que componen la oferta turística regional, en base a: nivel de especialización de las personas ocupados en turismo; conectividad y uso de la información; canales de difusión utilizados por las empresas regionales y; empresas que cuentan con certificaciones y/o buenas prácticas empresariales en el ámbito medioambiental.



2.2.

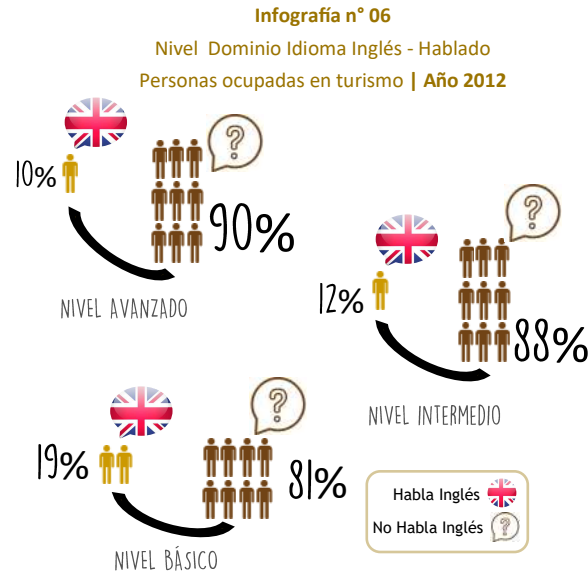
FORMACIÓN PROFESIONAL-TÉCNICA Y NIVEL DE INGLÉS DE PERSONAS OCUPADAS EN TURISMO

De las personas ocupadas en turismo, el estudio de oferta realizado el año 2013 en el marco del Observatorio de Turismo, identifica que en el transcurso de un año, la proporción del capital humano con educación terciaria (profesionales y/o técnica) en turismo, oscilan entre el 11,3% (en el mes de Junio) y el 14,7% (mes de diciembre). El comportamiento, tiene directa relación con el fenómenos de estacionalidad, que evidencia la región entre los meses de enero a marzo y diciembre. Una constante dentro del año de referencia, es la leve y constante superioridad de participación de profesionales mujeres por sobre los hombres. (ver gráfico n° 21)



Fuentes: Censo a la Oferta Turística de la Región de Aysén, INE-SERNATUR AÑO 2013
Elaboración: Programa Sistema de Información Turística Regional - Sernatur Aysén

2.2.1. FORMACIÓN PROFESIONAL-TÉCNICA EN TURISMO Y NIVEL DE INGLÉS DE PERSONAS OCUPADAS EN TURISMO

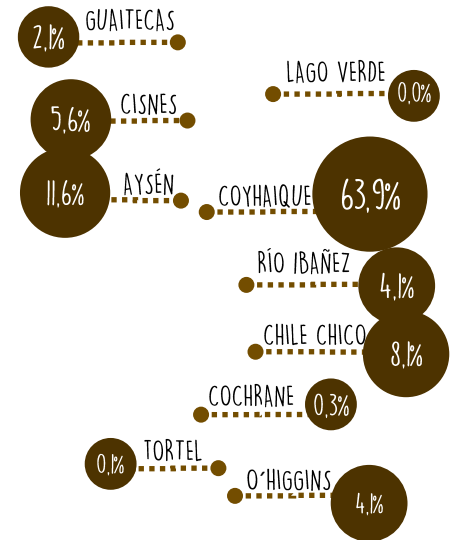


Fuentes: Censo a la Oferta Turística de la Región de Aysén, INE-SERNATUR AÑO 2013
Elaboración: Programa Sistema de Información Turística Regional - Sernatur Aysén

Desde una mirada comunal-territorial y anual, los profesionales y técnicos ocupados en turismo se focalizan en el eje Coyhaique-Aysén (75,5%). En el territorio norte; las comunas de Guaitecas y Cisnes cuentan con un 7,7% de estos. Hacia el sector sur de la Región; en el territorio Chelenko (Comuna de Río Ibáñez y Chile Chico) cuenta con un 12,2% y; Glaciares (Cochrane, Tortel y O'Higgins) alcanza un 4,5% (ver infografía n°07).

Finalmente, en el desempeño de la actividad turística, hablar inglés es una competencia diferenciadora si la empresa está dirigida a mercados de turistas internacionales, que facilita la experiencia de los turistas angloparlantes que visitan el destino Aysén Patagonia. Desde los resultados del estudio de oferta turística, se puede inferir que; 2 de cada 10 ocupados tienen un dominio básico de inglés y 1 de cada 10 ocupados cuentan con un nivel avanzado.

Infografía n° 07
Distribución Comunal-Territorial
Profesionales y Técnicos Ocupados en turismo
Región Aysén | Año 2012



Fuentes: Censo a la Oferta Turística de la Región de Aysén, INE-SERNATUR AÑO 2013
Elaboración: Programa Sistema de Información Turística Regional - Sernatur Aysén

2.2.

CONECTIVIDAD Y USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

El estudio de oferta turística realizado el año 2012, muestra que el 67,3% de las empresas relacionadas a actividades características del turismo contaban con conexión de Internet, principalmente conexión vía Wifi.

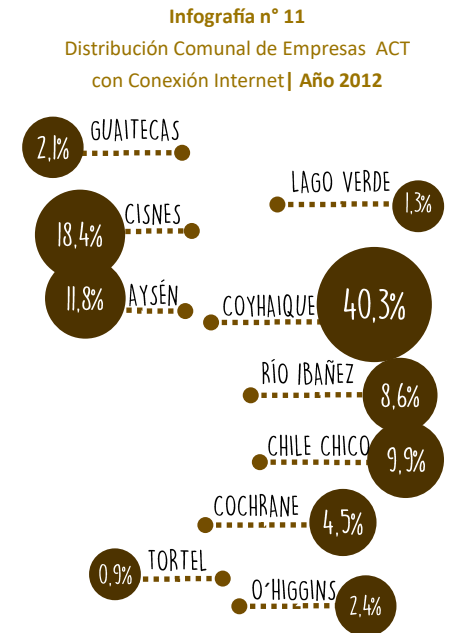
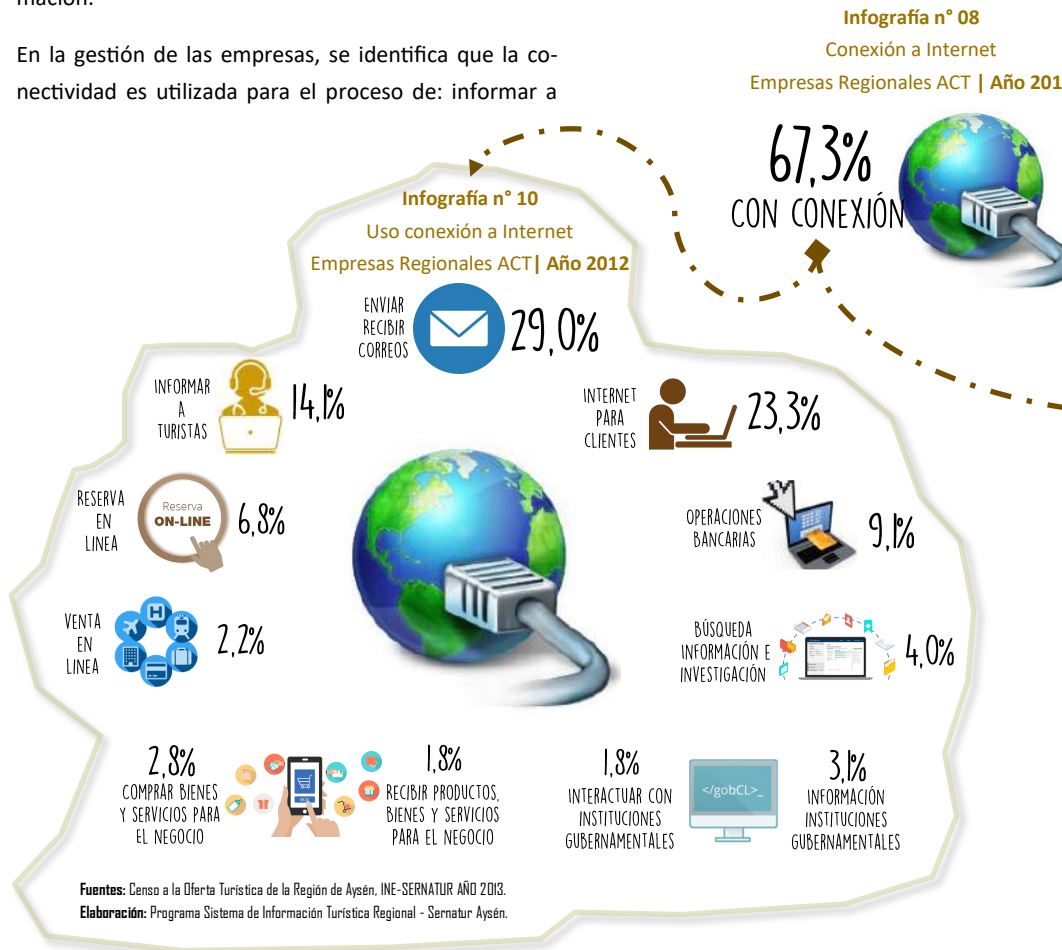
Principalmente, el uso que les dan los prestadores de servicios turísticos a su conexión a Internet es; acceso a correo electrónico, disposición de este servicio para los clientes, realizar trámites online y búsqueda de información.

En la gestión de las empresas, se identifica que la conectividad es utilizada para el proceso de: informar a

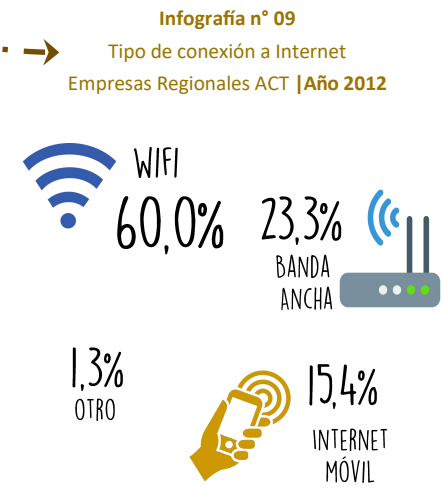
turistas, realizar reservas y concretar una venta online.

A nivel territorial, la distribución porcentual del número de conexiones a Internet, más del 50% se concentra en el eje Coyhaique-Aysén. En este contexto, es importante señalar que en el sector norte, la comuna de Cisnes y en el sector sur, la comuna de O'Higgins, cuentan con mayor disposición y uso de Internet para la gestión de sus empresas.

2.2.2. CONECTIVIDAD Y USOS DE LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN



Fuentes: Censo a la Oferta Turística de la Región de Aysén, INE-SERNATUR AÑO 2013.
Elaboración: Programa Sistema de Información Turística Regional - Sernatur Aysén.



Fuentes: Censo a la Oferta Turística de la Región de Aysén, INE-SERNATUR AÑO 2013.
Elaboración: Programa Sistema de Información Turística Regional - Sernatur Aysén.

2.2.

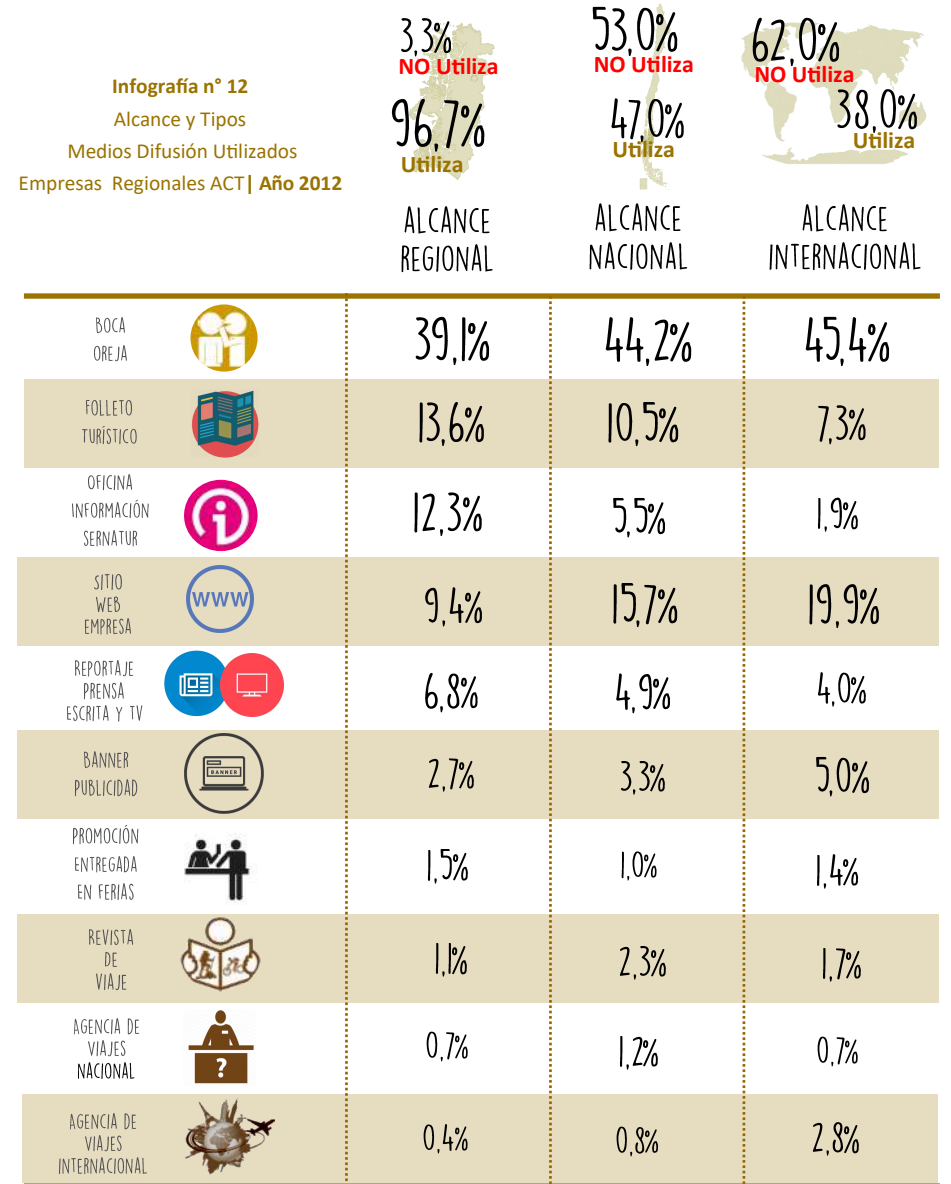
CANALES DE DIFUSIÓN UTILIZADOS POR OFERTA TURÍSTICA REGIONAL (EMPRESAS ACT)

Los medios de comunicación regionales fueron los más utilizados por las Empresas ACT el año 2012, donde casi el 97% hicieron uso de alguna acción local. Y las empresas que hicieron uso de medios con alcance Nacional e Internacional, se encuentran por debajo del 50%.

Indistintamente, si el alcance de los medios utilizados fuera regional, nacional y/o internacional, las empresas del destino Aysén Patagonia, indican que el medio más utilizado, es la recomendación por los clientes de las empresas o también denominado “boca-boca” o “boca-oreja”.

Tanto los folletos turísticos, oficina de información Sernatur, sitio Web de las empresas y agencias de viajes internacionales, cumplen un rol esperado según el alcance que se espera de estos medios, en su rol de que facilite alcanzar mercados turísticos de nivel local, nacional y/o internacional. Es decir, el sitio Web empresarial tiene un rol más relevante para tener un alcance internacional y, la oficina de información turística Sernatur, tienen uso más relevante en el alcance regional y nacional de los medios para con sus clientes y potenciales clientes.

Además de lo expuesto en infografía n°12, existen otros medios utilizados por las empresas al año 2012, con menor impacto. Dentro de los otros medios de comunicación Nacionales utilizados por la oferta Regional para difundir sus servicios, el 48% lo realiza por medio de tarjetas de presentación y el 19% lo hace por medio de redes sociales. Y Dentro de otros medios de comunicación Internacional, al igual que los medios nacionales, el 45% difunde su servicio por medio de tarjetas de presentación y el 26% lo hace por medio de redes sociales.



Fuentes: Censo a la Oferta Turística de la Región de Aysén, INE-SERNATUR AÑO 2013.
Elaboración: Programa Sistema de Información Turística Regional - Sernatur Aysén.

2.2.3. ALCANCE Y TIPOS DE CANALES DE DIFUSIÓN UTILIZADOS POR OFERTA TURÍSTICA REGIONAL



2.2.

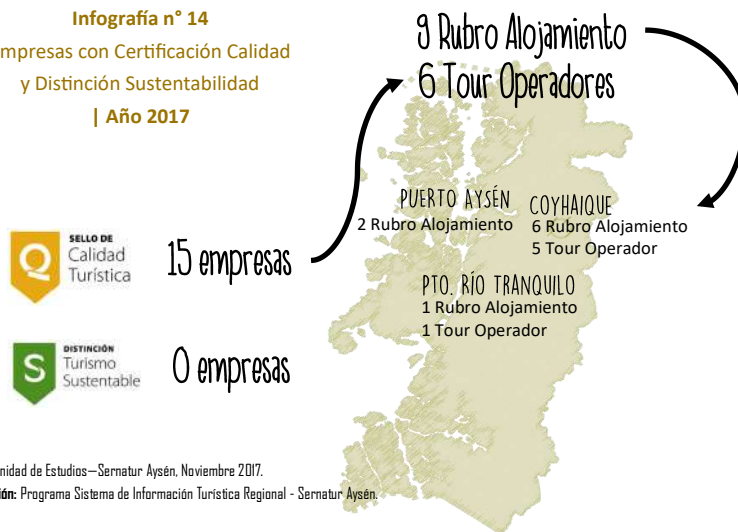
BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES Y EMPRESAS CERTIFICADAS

Desde la perspectiva de las buenas prácticas medioambientales, el estudio de oferta realizado el año 2012, señalaron que menos de un 50% de las empresas ACT implementan algún programa que esté relacionado al cuidado del medio.

Cabe señalar, que las acciones de cuidado del medioambiente implementadas por las empresas, principalmente estaban relacionadas a la clasificación de residuos sólidos y en segundo orden, se caracterizan por tener buenas prácticas que impactan en el uso eficiente del agua.

En el momento del estudio año 2012, no se identificaron empresas que contaran con algún tipo de certificación de calidad o gestión empresarial. Sin embargo, a la fecha de la edición de este anuario de turismo, la Oferta Turística de la Región de Aysén, tiene vigentes **15 certificaciones de calidad turística (Sellos Q)**, 9 de estas corresponden a alojamientos turísticos y 6 corresponden a Tour Operadores. 11 de las empresas certificadas se encuentran en la ciudad de Coyhaique, 2 se ubican en Puerto Aysén y 2 están ubicadas en la localidad de Puerto Río Tranquilo. En la actualidad, Sernatur Aysén está ejecutando un programa de Apoyo a la Oferta Turística con Fondos Regionales FNDR-PEDZE, que apunta precisamente en aumentar las empresas regionales que cumplan con mejores estándares de calidad, facilitando su participación en el proceso de certificación para obtener el Sello Q.

Infografía n° 14
Empresas con Certificación Calidad y Distinción Sustentabilidad | Año 2017

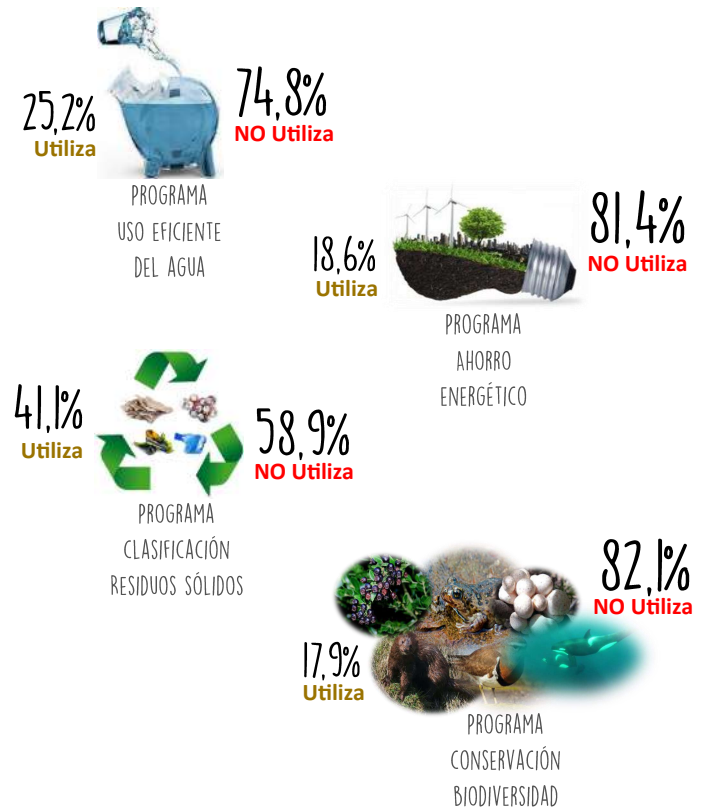


Fuente: Unidad de Estudios - Sernatur Aysén, Noviembre 2017.

Elaboración: Programa Sistema de Información Turística Regional - Sernatur Aysén.

Infografía n° 13

Buenas Prácticas Empresariales - Ámbito Medioambiente utilizados por la Oferta Turística Regional | Año 2012



Fuentes: Censo a la Oferta Turística de la Región de Aysén, INE-SERNATUR AÑO 2013.

Elaboración: Programa Sistema de Información Turística Regional - Sernatur Aysén.

Asimismo, la región de Aysén dentro del 1er Trimestre de 2018, contará a lo menos con **4 empresas certificadas en Distinción de Sustentabilidad (Sello S)**, ubicadas en La Junta (1), Puyuhuapi (1) y Coyhaique (2). Cabe señalar que el Programa de Promoción y Marketing, durante el año 2018 facilitará apoyo a los empresarios(as) para la obtención del Sello de Distinción Sustentable.

2.2.4. BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES Y EMPRESAS CERTIFICADAS

DATOS RELEVANTES | Oferta Turística Regional

Empresas relacionadas a Actividades Características del Turismo (ACT), SII 2010-2015. Depto. Estadísticas-SERNATUR



...el crecimiento anual de la oferta en la Región de Aysén a mostrado un aumento promedio de **5,23%** entre los años 2010-2015.



Estudio Oferta Turística Región de Aysén 2012. INE-SERNATUR AÑO 2013.



...el **Capital humano** con educación terciaria (**profesionales y/o técnica**) en turismo, durante temporada alta alcanza entre un **14,0%** a **14,7%** de los ocupados...



...desde perspectiva comunal-territorial y anual, los profesionales y técnicos ocupados en turismo se focalizan en el eje **Coyhaique-Aysén (75,5%)** y destaca **Villa O'Higgins** con un **4,1%**...



1 de cada **10** ocupados en turismo, cuentan con un **nivel avanzado** de inglés hablado...



La Conexión a internet en la **gestión de las empresas**, se utiliza para: **informar a turistas 14,1%**, realizar **reservas 6,8%** y concretar una **venta online 2,2%**.



...indistintamente, el alcance (regional, nacional y/o internacional), el **medio de difusión** más utilizado y efectivo, es la recomendación por los clientes de las empresas o también denominado **"boca-boca"** o "boca-oreja".



...entre los años 2013 al 2015 la Región presentó el mayor volumen de **ventas netas promedio por empresa ACT**, alcanzando su punto más alto el año **2013** con **800UF** promedio por empresas ACT (21 millones de pesos, según valor UF al 31 de octubre de 2017) ...



Las empresas relacionadas a **actividades de alojamiento turístico** son las que tienen mayor distribución en el territorio regional. Fuera del eje **Coyhaique-Aysén (58,2%)**, la comuna de **Cisnes** presenta un alto porcentaje (**12,4%**) en relación a las otras comunas de la región.



Las empresas ACT de **agencia de viajes / tour operadores / guías**, se concentran principalmente en **Coyhaique (59,8%)**. La **comuna de Río Ibáñez** presenta la segunda mayoría a nivel regional (**11%**). Este comportamiento puede estar asociado al desarrollo experimentado vinculado al atractivo **Capillas de Mármol** (localidad de Puerto Río Tranquilo).



...las **acciones de cuidado del medioambiente** implementadas por las empresas, principalmente estaban relacionadas a la **clasificación de residuos sólidos**.



...el año 2015, en la región de Aysén **más del 50%** de las empresas ACT proveían el **servicio de alojamiento** y, la **provisión de alimentos y bebidas**...

