

INFORME DE RESULTADOS

<u>1</u>	<u>PRESENTACIÓN</u>	<u>1</u>
<u>2</u>	<u>CONSUMO TURÍSTICO, AÑO 2004.....</u>	<u>2</u>
2.1	GASTO DE CONSUMO TURISTA RECEPTOR.....	2
2.1.1	ANTECEDENTES CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS DE LA ENCUESTA	2
2.1.2	VARIABLE MONETARIAS Y NO MONETARIAS DE LA CUENTA SATÉLITE DE TURISMO	19
2.2	GASTO DE CONSUMO TURISTA EMISOR	27
2.2.1	ANTECEDENTES CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS DE LA ENCUESTA	27
2.2.2	VARIABLE MONETARIAS Y NO MONETARIAS DE LA CUENTA SATÉLITE DE TURISMO	31
2.3	GASTO DE CONSUMO TURISTA INTERNO	34
2.3.1	ANTECEDENTES CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS DE LA ENCUESTA	34
2.3.2	VARIABLE MONETARIAS Y NO MONETARIAS DE LA CUENTA SATÉLITE DE TURISMO	37
2.4	CONSUMO TURÍSTICO INTERIOR.....	39
2.5	CONSUMO TURÍSTICO REGIONAL	40
<u>3</u>	<u>OFERTA DE LAS ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS</u>	<u>41</u>
3.1	AGREGADOS NO MONETARIOS DE LAS ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS.....	44
3.1.1	EMPLEO TURÍSTICO POR CATEGORÍA LABORAL	44
3.1.2	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS SEGÚN INDUSTRIA TURÍSTICAS Y NÚMERO DE PERSONAS EMPLEADAS	45
3.1.3	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS Y CAPACIDAD POR FORMAS DE ALOJAMIENTO.....	45
<u>4</u>	<u>OFERTA INTERIOR Y CONSUMO TURÍSTICO INTERIOR.....</u>	<u>47</u>
<u>5</u>	<u>PIB TURÍSTICO</u>	<u>49</u>
<u>6</u>	<u>INVERSIÓN TURÍSTICA</u>	<u>51</u>

1 PRESENTACIÓN

En este informe se presentan los principales resultados de la Cuenta Satélite de Turismo. Los resultados mostrados se enmarcan en la generación de agregados monetarios y no monetarios propuesta por la OMT, los cuales permiten generar una visión completa del turismo en la región de Magallanes.

El elemento central de la estimación es la determinación del consumo turístico interior, el cual representa el gasto total por concepto de turismo realizado por el visitante en la XII región, cuyo impacto en la economía regional permite calcular el PIB turístico.

El consumo turístico interior fue estimado para el año 2004 sobre la base de información recopilada a través de tres encuestas: encuesta a turismo emisor, encuesta a turismo receptor y encuesta a hogares. Las dos primeras fueron realizadas para dos períodos de observación denominados “alta” y “baja” y la última fue realizada en un solo período del año preguntando sobre los dos viajes más importantes realizados por los hogares. En total se realizaron 1311 encuestas para determinar el consumo.

La oferta de las actividades características fue estimada para el último período contable terminado en el momento de levantamiento (año 2003) a un total de 193 establecimientos que realizaban actividades definidas como características por la OMT.

A partir de la información primaria y el desarrollo conceptual presentado en el informe metodológico, se estimó el consumo turístico interior para el año 2004, el cual ascendió a 48.794 millones de pesos. Para el año 2003, utilizando la metodología de extrapolación, se estimó un consumo turístico interior de 44.066 millones de pesos. Por su parte, la oferta de las actividades características para el año 2003 fue de 53.976 millones de pesos, generando un valor agregado equivalente al 5,3% del valor agregado regional.

Al confrontar el consumo turístico interior estimado para el año 2003 con la oferta total de la economía regional, fue posible estimar el PIB turístico que alcanzó 21.333 millones de pesos, los cuales representan 3,7% del PIB regional total y 4,3% si se excluye al Metanol del PIB regional. El impacto indirecto originado por los encadenamientos productivos asciende a 19 mil millones, *con lo cual el impacto total del turismo en el PIB equivale a 7,2% del PIB regional y 8,2% del PIB regional que excluye al Metanol.*

A continuación se muestran los agregados monetarios y no monetarios que conforman la Cuenta Satélite de Turismo, los cuales permitirán analizar bajo diversas ópticas los resultados centrales del estudio. Asimismo, se muestran de manera referencial los resultados muestrales de la encuesta.

2 CONSUMO TURÍSTICO, AÑO 2004

2.1 GASTO DE CONSUMO TURISTA RECEPTOR

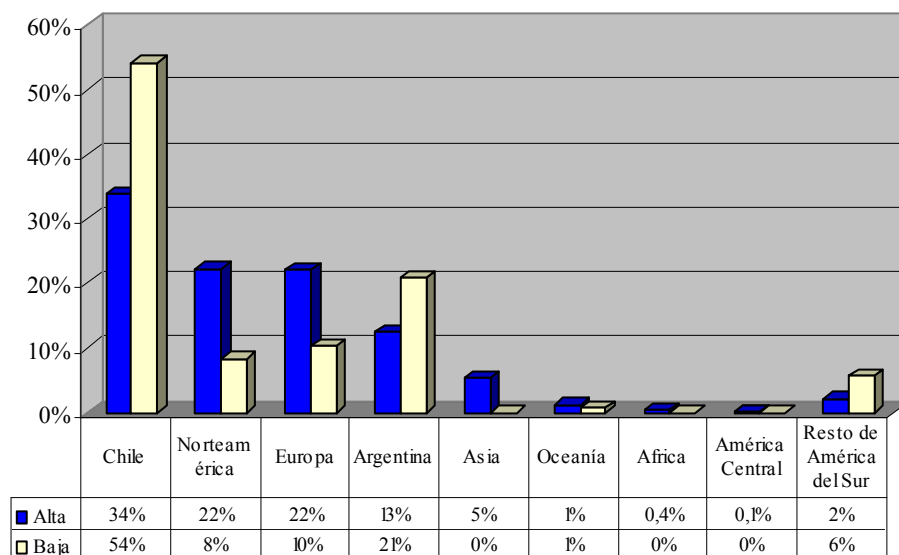
Este capítulo se divide en dos secciones. En la primera sección, se presenta como antecedente los resultados muestrales de la encuesta en los dos períodos de observación, los cuales permiten caracterizar al visitante que llega a la Región de Magallanes. En la segunda sección, se muestran los agregados monetarios y no monetarios correspondientes al turista receptor en la cuenta satélite.

2.1.1 Antecedentes cuantitativos y cualitativos de la encuesta

2.1.1.1 Composición del flujo por procedencia y tipo de visitante

Considerando información de la encuesta sobre la nacionalidad del visitante, puede observarse que el principal flujo, tanto en el período de observación de alta como en el de baja, fue el de chilenos, seguido por el flujo proveniente de Norteamérica, Europa y Argentina. Sin embargo, la participación del flujo de chilenos y argentinos en el total se torna más importante en el período de baja, situación opuesta a la observada en el flujo de europeos y norteamericanos, cuya participación en este período cae por sobre 50%.

Gráfico 1: Composición del flujo receptor según procedencia informada en la encuesta, año 2004



Dada la naturaleza de visitantes de un país fronterizo, las características del grupo de visitantes argentinos, en cuanto a comportamiento y patrón de gasto, se diferenciará del grupo de extranjeros a lo largo del texto. Para el efecto, se hará referencia a tres grupos: extranjeros, chilenos y argentinos.

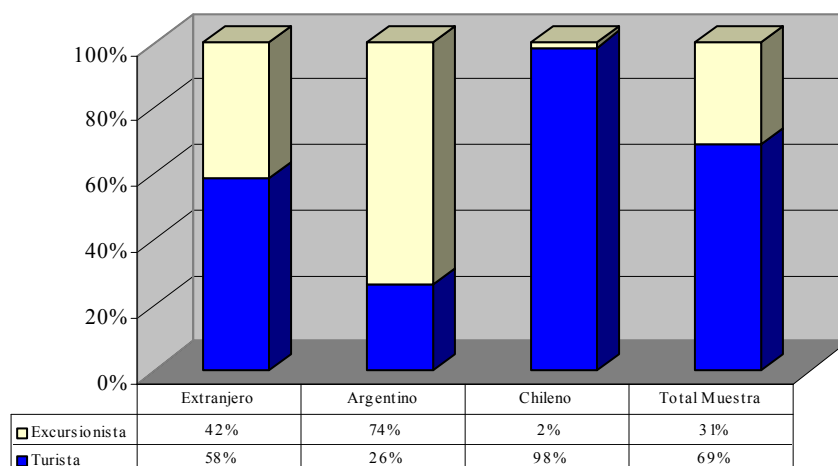
El flujo de chilenos, en el período de alta, provino principalmente de la Región Metropolitana, Décima y Octava Región; en tanto, en el período de baja, puede observarse que el flujo provino principalmente de la Décima Región.

Cuadro 1: Composición del flujo efectivo receptor chileno, según región de procedencia informada en la encuesta

Región de Procedencia	Período observación	
	Alta	Baja
Metropolitana	51%	7%
Décima	21%	77%
Octava	10%	8%
Quinta	10%	1%
Segunda	3%	2%
Séptima	2%	0%
Novena	1%	3%
Cuarta	1%	0%
Sexta	1%	2%
Primera	0,4%	0%
Décimo Primera	0%	1%
Flujo receptor chileno (muestra)	100%	100%

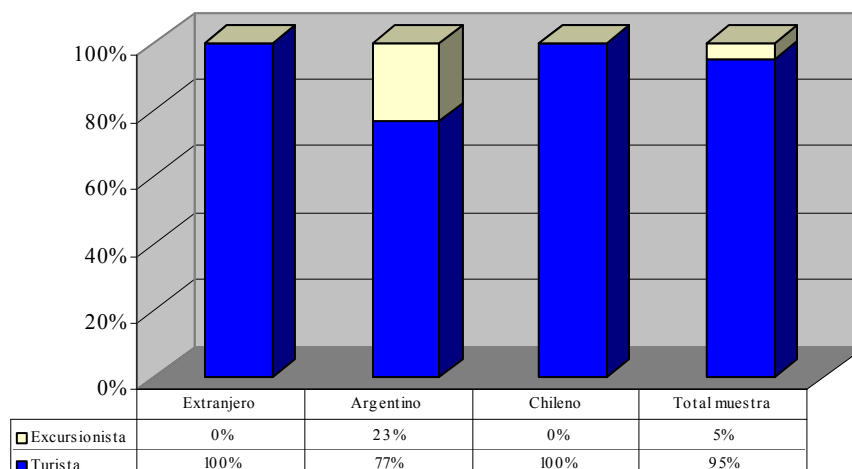
En cuanto al tipo de visitante, en el período de alta 31% corresponde a excursionistas (visitantes del día que no pernoctan en la región) y 69% a turistas (visitantes que pernoctan). De los excursionistas, 75% está compuesto por visitantes en cruceros, que visitan la región como parte de un paquete turístico que incorpora múltiples destinos, y 25% por visitantes provenientes de Argentina.

Gráfico 2: Composición del flujo por tipo de visitante según procedencia, período de observación Alta



En el período de baja, la presencia de excursionistas alcanza 5% de la muestra, correspondiendo a visitantes provenientes de Argentina.

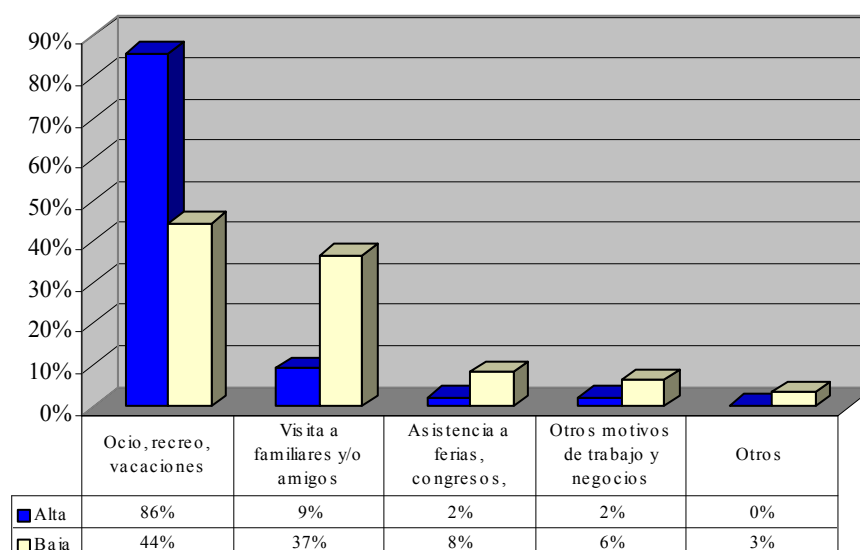
Gráfico 3: Composición del flujo por tipo de visitante según procedencia, periodo de observación Baja



2.1.1.2 Principal motivo del viaje

El cambio en la composición de flujo por procedencia y tipo de visitante entre los períodos de alta y baja, viene acompañado de un cambio en el principal motivo del viaje. En el período de alta el principal motivo (86% de las respuestas) es el ocio, recreo o vacaciones, en tanto en el período de baja este motivo alcanza 44% de las respuestas, teniendo importancia la visita a familiares y amigos (37%).

Gráfico 4: Principal motivo del viaje, por período de observación

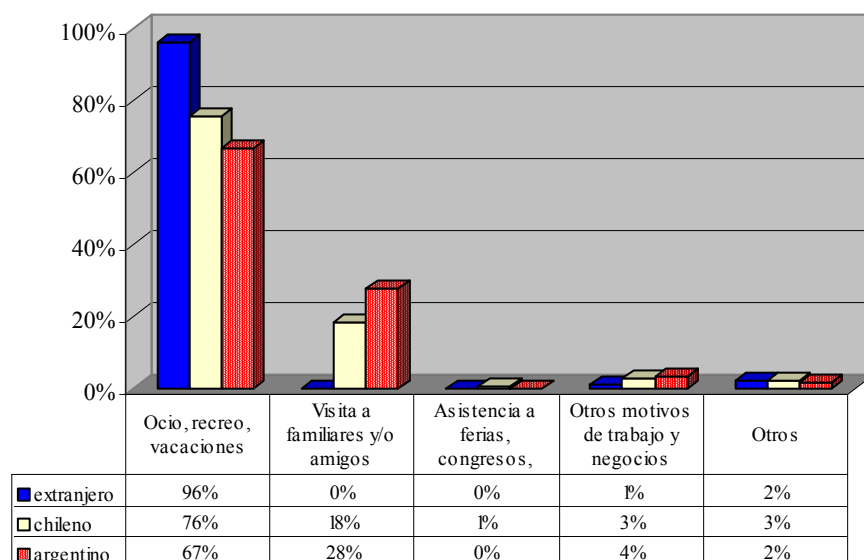


En ambos períodos, tal como se puede notar en el gráfico anterior, existe una preponderancia de los motivos personales, como el ocio, recreo o vacaciones y la visita a familiares o amigos, por sobre aquellos que podrían relacionarse con el turismo de negocios. Lo anterior se refleja también al revisar las respuestas sobre el financiamiento del viaje.

En relación con el financiamiento, se preguntó al encuestado si el viaje fue costeado por su empresa, por sus propios ingresos u otro tipo de financiamiento. Al respecto, 98% de los encuestados en período de alta y 97% en período de baja, respondió que 100% de sus gastos fueron costeados por sus propios ingresos; tan sólo cerca de 1% de los encuestados expresó que su empresa costó los gastos del viaje.

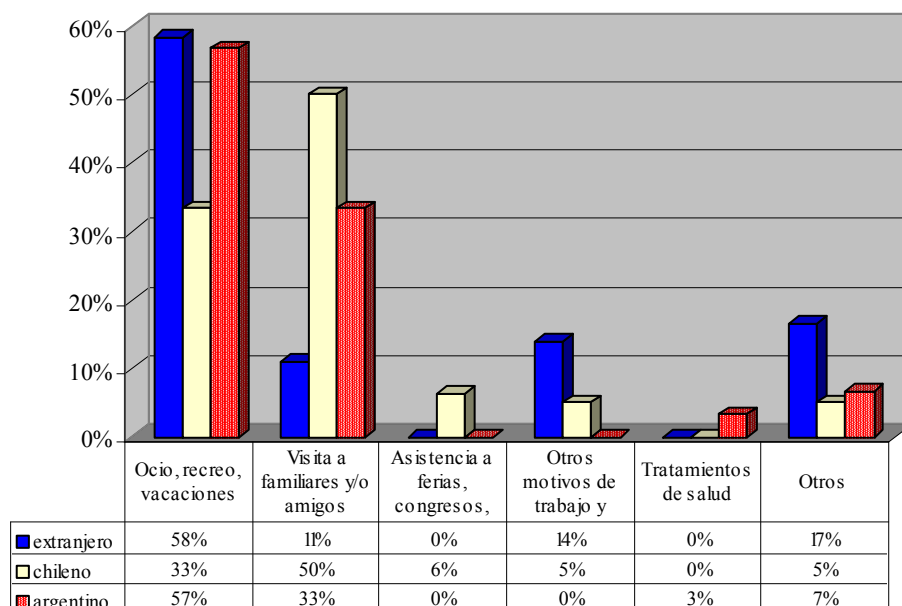
Según procedencia, en el período de alta, se pudo observar que para los extranjeros el principal motivo del viaje (96%) es el ocio, recreo y vacaciones. En el caso de los chilenos, esta razón motivó a viajar a 76% de los encuestados, en tanto, 18% lo hizo por visitar a familiares y amigos. En el caso de los argentinos, 67% de los encuestados viajó por ocio, recreo y vacaciones y 28% de los mismos lo hizo por visitar a familiares y amigos.

Gráfico 5: Principal motivo del viaje según procedencia, en el período de Alta



En el período de baja, para los extranjeros cobra importancia motivos que no estaban presentes en el período de alta, como es el caso de la visita a familiares y amigos (11%) y los motivos de trabajo y negocios (11%). En el caso de los chilenos, la visita a familiares y amigos agrupó el mayor número de respuestas (50%), seguido del ocio, recreo y vacaciones (33%) y la asistencia a ferias, congresos, seminarios o convenciones (6%). En el caso de los argentinos, el ocio y la visita a familiares y amigos continúan siendo los principales motivos del viaje en el período de baja, sin embargo, existe un grupo de encuestados que respondió “otros motivos” (7%), lo cual podría estar explicado por el grupo de turistas que viaja para realizar compras en zona franca, como podrá verse cuando se analicen las estructuras de gasto.

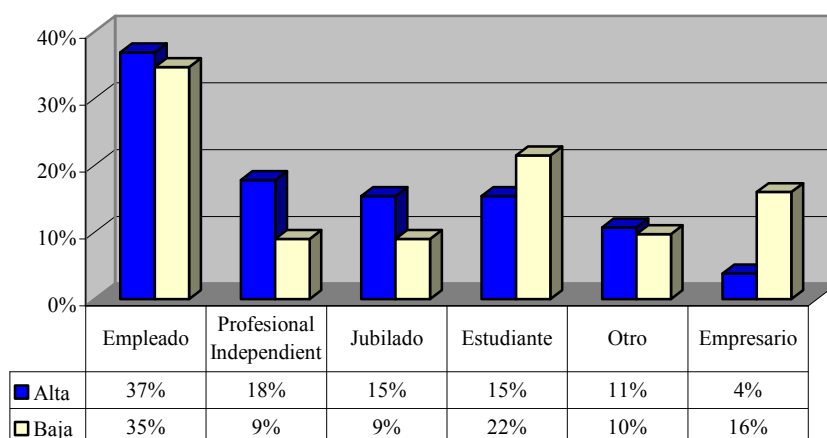
Gráfico 6: Principal motivo del viaje según procedencia, en el período de Baja



2.1.1.3 Ocupación del visitante

La ocupación del turista que visita Magallanes, también experimenta una variación entre el período de alta y baja. En el período de alta se puede observar una participación cercana a 70% del flujo conformado por empleados, profesionales independientes y jubilados, la cual alcanza 53% en el período de baja. En este período, el flujo de estudiantes y empresarios adquiere mayor participación que en el período de alta.

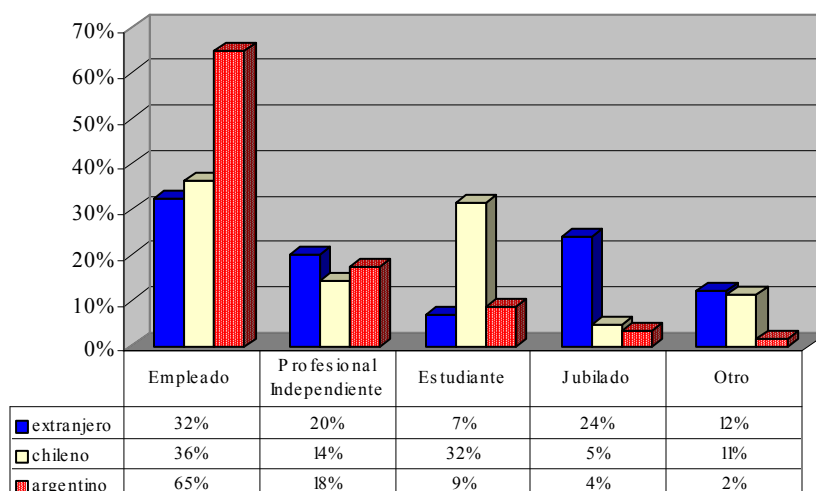
Gráfico 7: Ocupación del visitante, por período de observación



Según la procedencia del visitante, puede observarse que en el período de alta, el flujo de extranjeros está compuesto principalmente por empleados (32%), jubilados (24%) y

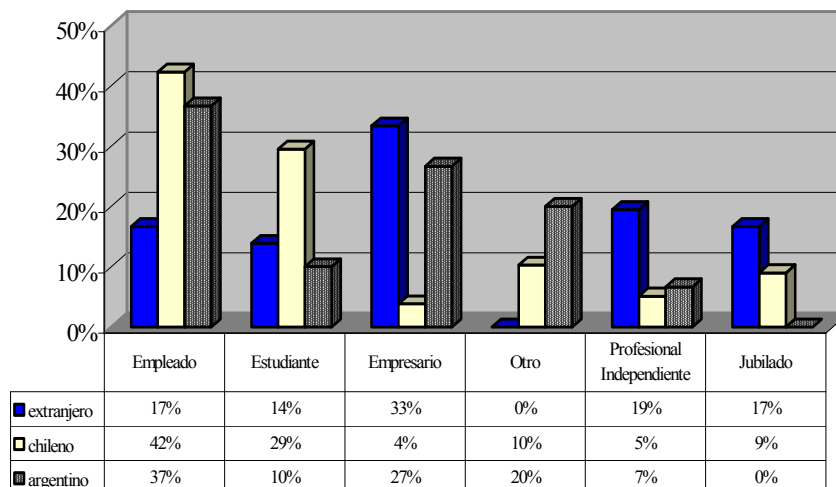
profesionales independientes (20%). El flujo de chilenos también registra como principal ocupación a la categoría empleado (36%) y profesional independiente (14%), pero, a diferencia de los extranjeros, 32% del flujo está compuesto por estudiantes. El flujo de argentinos, por su parte, está compuesto principalmente por empleados (65%) y profesionales independientes (18%).

Gráfico 8: Ocupación del visitante según procedencia, período de observación Alta



El flujo de empresarios, que aumenta su participación en el período de baja, se registra principalmente entre los extranjeros, grupo para el cual representa 33% de los visitantes y los argentinos, grupo para el cual representa 27% de los visitantes. En el flujo de chilenos, las principales categorías continúan siendo los empleados (42%) y los estudiantes (29%).

Gráfico 9: Ocupación del visitante según procedencia, período de observación Baja



2.1.1.4 Edad del visitante, tamaño y composición del grupo de viaje

En cuanto al perfil de edad del visitante, éste se puede ilustrar considerando el tramo de edad informado por el encuestado, sin embargo, este dato es sólo de carácter referencial pues corresponde a la edad del miembro del grupo de viaje que el encuestador entrevistó¹, la cual puede ser similar o no a la de sus acompañantes. En el cuadro siguiente, se muestra, para el período de observación de alta, la participación de los encuestados por tramo de edad y, para añadir más elementos al análisis, se incluye el tamaño promedio del grupo de viaje y el número de acompañantes promedio, diferenciando a niños de adultos.

El tramo de edad que aglutina el mayor número de encuestados en el período de alta es el de 45 a 64 años (29%), existiendo además una participación importante del grupo de 25 a 34 años y 35 a 44 años (25%, respectivamente). El tamaño del grupo de viaje observado para toda la muestra es pequeño, dos personas en promedio, estando compuesto principalmente por adultos.

Cuadro 2: Edad promedio del encuestado, tamaño del grupo de viaje y acompañantes. Período de observación Alta.

Edad	Nº encuestados	Participación	Tamaño promedio del grupo de viaje (personas)	Acompañantes promedio (personas)	
				Adultos	Niños
Menos de 15	1	0,2%	1,0	0	0
15 a 24	73	13%	1,6	1,1	0,1
25 a 34	144	25%	1,7	0,7	0
35 a 44	147	25%	2,0	0,7	0,3
45 a 64	167	29%	2,0	1,0	0,1
65 y más	46	8%	2,1	1,1	0
Total	578	100%	1,9	0,9	0,1

El período de baja, muestra mayor participación de tramos de menor edad. En efecto, el tramo de edad que agrupa mayor número de los encuestados es el de 35 a 44 años (27%), seguido del grupo de 25 a 34 años (24%). Además, en relación con el período de alta, se observa un incremento en la participación del grupo entre 15 y 24 años de edad, junto a una disminución del grupo de 45 a 64 años. El tamaño del grupo de viaje es superior al observado en el período de baja, 2,5 personas en promedio, existiendo un leve incremento en el promedio de acompañantes niños del grupo.

¹ Considérese que el encuestador, de preferencia, seleccionó a adultos para realizar la encuesta, dado el grado de detalle de la información de gasto que debía recopilar.

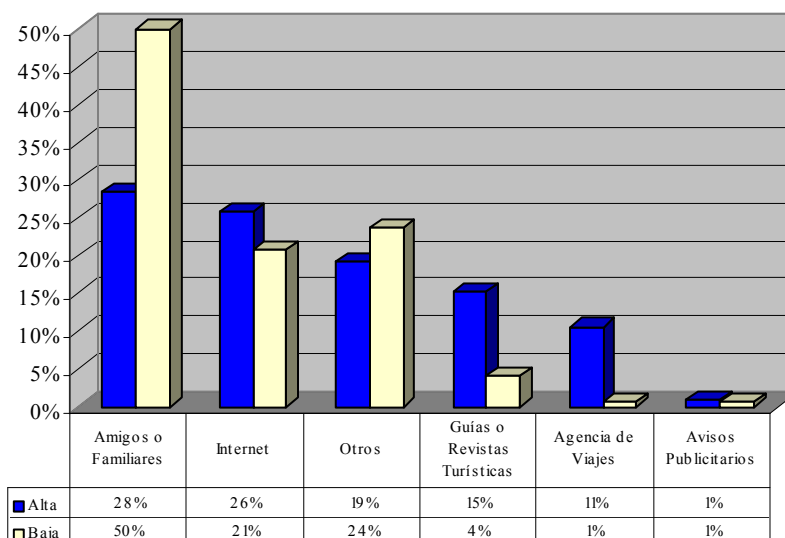
Cuadro 3: Edad promedio del encuestado, tamaño del grupo de viaje y acompañantes. Período de observación Baja.

Edad	N° encuestados	Participación	Tamaño promedio del grupo de viaje (personas)	Acompañantes promedio (personas)	
				Adultos	Niños
Menos de 15	1	0,7%	2,0	0	1
15 a 24	32	22%	2,3	1,0	0,3
25 a 34	34	24%	2,7	1,5	0,1
35 a 44	39	27%	3,1	1,4	0,6
45 a 64	31	22%	2,2	1,1	0,1
65 y más	7	5%	1,4	0,4	0
Total	144	100%	2,5	1,2	0,3

2.1.1.5 Medio a través del cual adquirió información de la Región

El medio sobre el cual el visitante adquiere información de la Región antes de realizar el viaje en el período de alta, se distribuye en orden de importancia entre amigos o familiares (28%), internet (26%), guías o revistas turísticas (15%) y agencias de viajes (11%). En el período de baja, el principal medio de información fueron los amigos o familiares (50%), seguido de internet (21%), en tanto las otras fuentes de información tienen una participación menor.

Gráfico 10: Medio a través del cual obtuvo información de la región

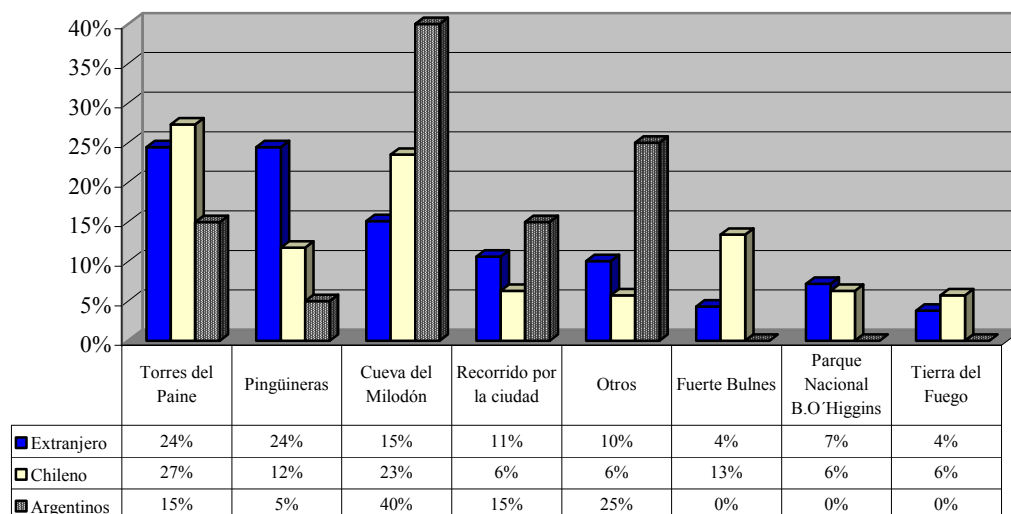


2.1.1.6 Lugares más visitados

Los lugares más visitados por el turista, según la frecuencia de respuestas, fueron Torres del Paine (25%), Pingüineras y Cuevas de Milodón (19%, respectivamente) en el período de

alta. En el caso de Torres del Paine y Cuevas de Milodón, la mayor frecuencia de respuestas la registra el grupo de chilenos, en tanto que, en el caso de las Pingüineras, la mayor frecuencia de visitas la registran los extranjeros.

Gráfico 11: Lugares visitados según procedencia en el período de observación Alta (participación de la frecuencia de respuestas)



El número de lugares visitados en promedio por persona² alcanza a 1,6 para toda la muestra de alta, siendo 1,9 para el grupo de chilenos, 1,7 para el grupo de extranjeros y 0,4 para el grupo de argentinos.

La encuesta no levantó información sobre las localidades visitadas en la región; sin embargo, para lograr una aproximación a esta información se vincularon los lugares visitados que fueron detallados anteriormente a la localidad más cercana³. A partir de este vínculo, se evaluó la combinación de lugares visitada por cada turista logrando identificarse a aquellos que visitan únicamente lugares turísticos vinculados con Punta Arenas, aquellos que visitan lugares turísticos vinculados con Puerto Natales y los que visitan lugares turísticos vinculados con ambas localidades.

Así, se tiene que en el período de observación de alta el 52% de los encuestados visitó lugares que pueden vincularse principalmente con Punta Arenas, como es el caso de las Pingüineras, Fuerte Bulnes, Tierra de Fuego y un recorrido por la ciudad; 29%, visitó lugares turísticos que pueden vincularse principalmente con Puerto Natales, como es el caso de Torres del Paine, Parque Nacional Bernardo O'Higgins, Cuevas de Milodón y un recorrido por esta ciudad; y, 20% visitó lugares turísticos vinculados a ambas localidades.

² Total de frecuencia de respuestas dividido por tamaño de la muestra efectiva.

³ Estos vínculos fueron establecidos en conjunto con SERNATUR XII.

En el cuadro a continuación se muestran los resultados para la temporada alta por localidad, los lugares turísticos que se vincularon a la localidad, y la participación de la frecuencia de respuesta observada por lugar visitado.

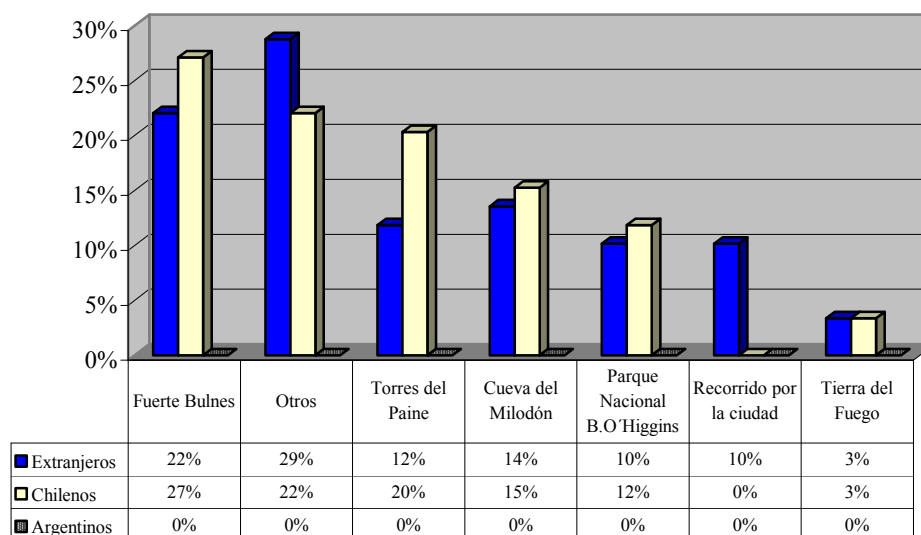
Cuadro 4: Aproximación a las localidades regionales visitadas en el período de alta

Localidad con que se vincula el lugar visitado	Participación en el total de encuestados	Lugares visitados	Participación de la frecuencia de respuesta (%)
Punta Arenas	52%	Pingüineras	54%
		Fuerte Bulnes	12%
		Tierra del Fuego	6%
		Recorrido por la ciudad	28%
		Total	100%
Puerto Natales	29%	Parque Nacional B. O'Higgins	10%
		Torres del Paine	49%
		Cuevas de Milodón	36%
		Recorrido por la ciudad	5%
		Total	100%
Puerto Natales y Punta Arenas	20%	Parque Nacional B. O'Higgins	9%
		Torres del Paine	26%
		Pingüineras	21%
		Fuerte Bulnes	13%
		Tierra del Fuego	8%
		Cuevas de Milodón	19%
		Recorrido por la ciudad	5%
		Total	100%

En el período de baja, probablemente por razones climáticas y cambios en el perfil del visitante, el lugar más visitado para el grupo de chilenos fue el Fuerte Bulnes, en tanto los extranjeros registraron mayor frecuencia de respuesta en la alternativa “otros”. Para la muestra total, los lugares más visitados en orden de importancia fueron: Fuerte Bulnes, Otros (no incluidos entre las alternativas de respuesta), Torres del Paine, Cuevas de Milodón y el Parque Nacional Bernardo O’Higgins.

El número de lugares visitados en promedio por persona es más bajo que el registrado en el período de alta, 0,8 para la muestra en general; sin embargo, 1,6 para el grupo de extranjeros, 0,8 para el grupo de chilenos y 0 para el grupo de argentinos.

Gráfico 12: Lugares visitados según procedencia, en el período de observación Baja



Considerando los vínculos de los lugares turísticos mostrados en el gráfico anterior con las localidades regionales más cercanas, se obtuvieron los resultados que se muestran en el Cuadro 5. En el cuadro se pueden observar los resultados para el período de observación de baja por localidad, los lugares turísticos que se vincularon a la localidad, y la participación de la frecuencia de respuesta observada por lugar visitado.

Se puede observar que en el período de observación de alta el 56% de los encuestados visitó lugares que pueden vincularse principalmente con Punta Arenas, como es el caso de Fuerte Bulnes, Tierra de Fuego y un recorrido por la ciudad; 17%, visitó lugares turísticos que pueden vincularse principalmente con Puerto Natales, como es el caso del Parque Nacional Bernardo O'Higgins, Torres del Paine y las Cuevas de Milodón; y, 27% visitó lugares turísticos vinculados a ambas localidades.

Cuadro 5: Aproximación a las localidades regionales visitadas en el período de baja

Localidad con que se vincula el lugar visitado	Participación en el total de encuestados	Lugares visitados	Participación de la frecuencia de respuesta (%)
Punta Arenas	56%	Fuerte Bulnes	24%
		Tierra del Fuego	8%
		Recorrido por la ciudad	12%
		Otros	56%
		Total	100%
Puerto Natales	17%	Parque Nacional B. O'Higgins	23%
		Torres del Paine	31%
		Cuevas de Milodón	31%
		Otros	15%
		Total	100%

Localidad con que se vincula el lugar visitado	Participación en el total de encuestados	Lugares visitados	Participación de la frecuencia de respuesta (%)
Puerto Natales y Punta Arenas	27%	Parque Nacional B. O'Higgins	12%
		Torres del Paine	19%
		Fuerte Bulnes	28%
		Tierra del Fuego	2%
		Cuevas de Milodón	16%
		Recorrido por la ciudad	4%
		Otros	19%
Total	100%		

2.1.1.7 Utilización de agencias para organizar su viaje a la Región

La utilización de agencias para organizar el viaje, tuvo mayor frecuencia de respuestas entre los visitantes del período de alta. En efecto, 35% del total respondió afirmativamente la pregunta, siendo los excursionistas extranjeros, específicamente visitantes en cruceros, quienes hacen mayor uso de este servicio, caso en el cual no estaría comprometido el servicio de operadores locales.

En el caso de los turistas extranjeros, 40% hace uso de agencias de viaje y el promedio de noches que incluye el paquete contratado es 4, de un total de 5 noches pernoctadas en la región. En el caso de los turistas chilenos, 7% hace uso de agencias para llegar a la región, contratando paquetes que incluyen 3 noches de un total de 7 de días que permanece este grupo en la región. Los turistas argentinos no utilizan agencias de viaje.

Cuadro 6: Utilización de agencia de viaje por el visitante en el período de Alta

Tipo de visitante	Utilización agencia de viaje		Costo promedio del paquete (US\$)	Prom. pernoctaciones en la región que comprendía el paquete que contrató
	Sí	No		
Turista extranjero	40%	60%	2.703	4
Excursionista extranjero	99%	1%	3.798	0
Turista chileno	7%	93%	671	3
Excursionista chileno	100%	0%	1.695	0
Turista argentino	0%	100%	-	0
Excursionista argentino	0%	100%	-	0
Total muestra	35%	65%	3.271	1

En el período de baja, sólo 4% de la muestra total utilizó agencias de viaje. El grupo está compuesto únicamente por turistas extranjeros que contratan, a través de la agencia, paquetes que comprenden 4 pernoctaciones en la región de un total de 14 días que permanecen en la región.

2.1.1.8 Pernoctaciones promedio⁴

La pernoctación promedio del turista que visitó la región de Magallanes en el período de alta alcanzó 9 noches. El grupo de turistas con mayor número de pernoctaciones es el grupo de chilenos (12 noches). Por otro lado, el grupo con menor número de pernoctaciones es el asiático (3 noches), seguido de los turistas provenientes de Oceanía (4 noches), Resto de América del Sur (5 noches) y Argentina (6 noches).

Cuadro 7: Pernoctación promedio de turistas por procedencia, período observación alta

Estrato	Procedencia	Pernoctación promedio	No. Encuestados
Extranjeros	África	10	1
	Oceanía	4	7
	Norteamérica	7	44
	Resto de América del Sur	5	11
	Asia	3	18
	Europa	7	109
	Argentina	6	15
	Pernoctación promedio Extranjeros	6	205
Pernoctación promedio Chilenos		12	193
Pernoctación promedio período alta		9	398

Los turistas que visitaron Magallanes, no utilizaron un solo tipo de alojamiento durante su viaje, en efecto, la mayoría aloja en diferentes tipo de establecimientos durante su permanencia en la región. Así, puede observarse que las 9 noches pernoctadas en promedio por el grupo total se distribuyeron de la siguiente manera según el tipo de alojamiento: 4 noches en promedio en casa de familiares o amigos; 2 en hostel y camping, respectivamente; y, 1 en hoteles.

El grupo que pernocta principalmente en casa de familiares o amigos es el de chilenos y argentinos. En el caso de los chilenos, 8 de las 12 noches que pernoctan en la región, permanecen en casa de familiares o amigos; asimismo, en el caso de los argentinos, 5 de las 6 noches que pernoctan en la región, permanecen en casa de familiares o amigos.

Los extranjeros pernoctan principalmente en hostales, camping y hoteles, en donde permanecen en promedio 2 y 1 de las 6 noches pernoctadas en la región, respectivamente.

Considerando la frecuencia de respuestas por tipo de alojamiento y la pernoctación promedio registrada únicamente entre aquellos que respondieron haber utilizado un tipo de alojamiento específico, se pueden establecer el promedio de pernoctación que registra cada establecimiento. Los resultados se muestran a continuación en el Cuadro 8.

⁴ En los cálculos de pernoctación promedio, se excluye al grupo de excursionistas.

Cuadro 8: Pernoctación promedio por frecuencia de respuestas en cada tipo de alojamiento, período de observación alta.

Tipo de Alojamiento	Frecuencia de respuestas	Pernoctación promedio			
		Chileno	Extranjero	Argentino	Total
Hostal	140	6	4	1	5
Casa Amigos	116	15	5	7	14
Camping	110	6	5	-	6
Hotel	81	4	4		4
Residencial, Pensión	46	3	4	1	3
Casa Arriendo	19	6	7	8	7
Otro Alojamiento	9	6	5	-	5

En el período de baja, la pernoctación promedio de la muestra es más alta, 11 noches. El grupo que registró mayor pernoctación promedio es el de europeos (21 noches), seguido de Chile y el Resto de América del Sur. El grupo con menor pernoctación promedio es el de argentinos (3 noches).

Cuadro 9: Pernoctación promedio de turistas por procedencia, período observación baja

Estrato	Procedencia	Pernoctación promedio	No. Encuestados
Extranjeros	Oceanía	4	1
	Resto de América del Sur	12	8
	Europa	21	10
	Norteamérica	7	15
	Argentina	3	23
	Pernoctación promedio Extranjeros		8
Pernoctación promedio Chilenos		13	78
Pernoctación promedio período baja		11	135

De las 11 noches pernoctadas en promedio por la muestra, 8 permanecen en casa de familiares o amigos, 1 en hostales y residenciales, respectivamente. Las 2 noches restantes se distribuyen entre hoteles y camping.

En este período el grupo de extranjeros aumenta su permanencia en casa de amigos, registrando en este tipo de alojamiento 6 de las 12 noches que permanecen en la región. Los argentinos pernoctan en este tipo de alojamiento 2 de las 3 noches que permanecen en la región y los chilenos 11 de las 13 noches pernoctadas en total.

Tal como se mostró para el período de alta, se muestra el promedio de pernoctación que registra cada tipo de alojamiento, considerando la frecuencia de respuestas por tipo y la pernoctación promedio registrada únicamente entre aquellos que respondieron haber utilizado un tipo de alojamiento específico.

Cuadro 10: Pernoctación promedio por frecuencia de respuestas en cada tipo de alojamiento, período de observación baja.

Tipo de Alojamiento	N° de Turistas	Pernoctación Promedio			
		Chileno	Extranjero	Argentino	Total
Casa Amigos	83	14	18	4	13
Hostal Noches	28	12	4	2	7
Residencial, Pensión	22	5	9	3	7
Hotel	14	5	6	2	4
Camping	3	2	9	-	6
Otro Alojamiento	2	-	6	1	4
Barco	1	-	10	-	10

2.1.1.9 Gasto promedio diario⁵

El gasto promedio diario por persona de la muestra en el período de alta alcanzó 55 dólares. Los turistas registraron un gasto promedio diario de 44 dólares, en tanto los excursionistas, visitantes que no pernoctan, registraron un gasto promedio diario significativamente más alto, 81 dólares.

Por procedencia, las regiones que registran mayor gasto promedio diario por persona son África⁶ y Oceanía. Otros grupos con importante gasto promedio diario son: el de norteamericanos (86 dólares); los asiáticos (71 dólares); y, los europeos (70 dólares). El grupo de chilenos registra un gasto promedio diario por persona de 24 dólares. Por su parte, el grupo de argentinos es el que registra el gasto más bajo, 16 dólares.

⁵ Los resultados que se muestran en esta sección, correspondientes a regiones o países de procedencia, no tienen representatividad estadística, pues la muestra diseñada con la finalidad de estimar la CST, sólo consideró dos estratos relacionados con la procedencia: chileno y extranjero. Sólo a este nivel el margen de error puede considerarse en el orden de 5%.

⁶ En el caso de África, se registra el caso de un encuestado que contrató un sobrevuelo a la Antártica, el cual explica el alto gasto promedio que se muestra en el Cuadro 11. Si se excluye del cálculo el costo del sobrevuelo a la Antártica, el gasto de este visitante alcanza 65 dólares promedio por persona.

Cuadro 11: Gasto promedio diario por persona en dólares, período de observación alta

Estrato	Procedencia	Gasto promedio diario por persona (US\$)	No. Encuestados
Extranjeros	Oceanía	111	12
	Norteamérica	86	113
	Resto de América del Sur	77	14
	Asia	71	20
	Europa	70	164
	África ⁷	683	2
	Argentina	16	57
	GDPP Extranjeros	81	382
GDPP Chilenos	24	196	
GDPP período alta	55	578	

En el período de baja, el gasto promedio diario por persona, calculado a partir de la encuesta, se reduce significativamente, alcanzando 31 dólares para el total de la muestra. El grupo con mayor gasto promedio diario es el de norteamericanos (65 dólares), seguido del resto de América del Sur (62 dólares) y el grupo de argentinos (43 dólares).

Cuadro 12: Gasto promedio diario por persona en dólares, por procedencia en el período de observación de baja

Estrato	Procedencia	Gasto promedio diario por persona (US\$)	No. Encuestados
Extranjeros	Norteamérica	65	15
	Resto de América del Sur	62	8
	Argentino	43	32
	Oceanía	25	1
	Europa	18	10
	GDPP Extranjeros	48	66
GDPP Chilenos	18	78	
GDPP período baja	31	144	

Considerando los resultados de gasto promedio diario observados para el período de alta y baja y las ponderaciones por estrato muestral, se estimó el gasto promedio diario por persona para el año, el cual se muestra en el cuadro a continuación.

⁷ Ver nota al pie de página N°6.

Cuadro 13: Gasto promedio diario por persona en dólares, estimado para el año 2004

Procedencia	Gasto promedio diario por persona (US\$)
Chilenos	22
Extranjeros	65
GDPP año 2004	51

2.1.2 *Variable monetarias y no monetarias de la Cuenta Satélite de Turismo*

2.1.2.1 Agregados no monetarios relacionados con el flujo de visitantes

Durante el año 2004 el flujo efectivo de visitantes receptores registrado en la XII Región ascendió a 421.624 personas, tres veces la población. De este flujo, 51% correspondió a visitantes provenientes del extranjero, 18% a visitantes argentinos y 31% a visitantes chilenos provenientes de otras regiones del país.

Cuadro 14: Flujo efectivo de visitantes receptores registrado en el año 2004, número de salidos por tipo de paso

Tipo de paso	Procedencia			Total
	Chilenos	Extranjeros	Argentinos	
Aéreo	33.783	97.675	189	131.648
Marítimo	3.539	65.305	3.558	72.402
Terrestre	92.214	52.726	72.634	217.574
Total flujo receptor	129.537	215.706	76.381	421.624

La cifra anterior difiere de las cifras oficiales de visitantes estimada por SERNATUR en la Región debido a que incluye 76.381 visitantes argentinos. Al respecto, debe notarse que al analizar las características mostradas por este grupo en la encuesta y considerando las definiciones de la OMT, no es posible excluirlo del flujo efectivo de visitantes para efectos del estudio de la Cuenta Satélite. Sin embargo, tal como se señaló en el informe metodológico, se excluyó a los 16 mil argentinos registrados por Policía Internacional en el paso San Sebastián, dada su naturaleza de pasajeros en tránsito.

A continuación, dado que la metodología de expansión de la muestra, para efectos de la estimación de la Cuenta Satélite, no considera como estrato al grupo de argentinos, se muestran los datos agrupados en Resto del Mundo (extranjeros y argentinos) y Resto del país (chilenos no residentes en la Región de Magallanes). Sin embargo, dada la importancia que tiene para los actores relevantes en la Región el diferenciar el gasto de los argentinos del gasto del resto de los extranjeros, en la sección 0 se muestran los resultados de gasto para este grupo, los cuales, si bien carecen de representatividad estadística, ilustran al lector sobre las particularidades del patrón de gasto de este visitante fronterizo.

En cuanto a la composición del flujo por tipo de visitante (turista y excursionista), se puede observar que los excursionistas⁸ provenientes del resto del mundo representan 24% del flujo total, en tanto los excursionistas provenientes del resto del país tienen una participación poco significativa. De los excursionistas que provienen del resto del mundo, 62% corresponde a visitantes en cruceros cuyas visitas se concentran principalmente en la temporada alta, el 38% restante corresponde a visitantes provenientes de Argentina.

⁸ Visitantes por el día que no pernoctan en la región.

Este tipo de visitantes, si bien no utiliza la infraestructura de alojamiento de la región, es incluido en la estimación del gasto pues su comportamiento durante su permanencia en la región es turístico, según las definiciones de la OMT. No obstante, en las estimaciones de la CST que se muestran en esta sección se diferencia a los excursionistas de los turistas.

Cuadro 15: Flujo efectivo de visitantes receptores por tipo de visitante, año 2004 (número de salidas)

Temporada	Resto del mundo		Resto del país		Total
	Turista	Excursionista	Turista	Excursionista	
Alta	103.748	83.711	65.914	1.931	255.305
Baja	43.139	5.557	32.485	312	81.494
Media	42.870	13.061	28.320	574	84.825
Total flujo receptor	189.758	102.329	126.719	2.817	421.624

Tomando como referencia la temporada alta, período que concentra 61% del flujo receptor, puede observarse que el principal modo de transporte utilizado para llegar a la región es el transporte aéreo (39%), seguido del crucero (24%), transporte público (18%) y vehículo privado (16%).

Cuadro 16: Flujo por modo de transporte utilizado para ingresar a la región, temporada alta 2004

Modo de Transporte	Resto del Mundo				Resto del País				Total	
	Turista		Excursionista		Turista		Excursionista		número	%
	número	%	número	%	número	%	número	%		
Transporte público (buses, otros)	17.468	17%	499	1%	29.178	44%	0	0%	47.144	18%
Vehículo privado	11.978	12%	20.462	24%	8.143	12%	0	0%	40.582	16%
Vehículo de alquiler	2.994	3%	465	1%	339	1%	0	0%	3.799	1%
Crucero	499	0%	59.496	71%	0	0%	1.931	100%	61.927	24%
Ferry o trasbordador	1.497	1%	0	0%	0	0%	0	0%	1.497	1%
Otro tpte. Marítimo	512	0%	0	0%	342	1%	0	0%	854	0%
Transporte aéreo	68.799	66%	2.789	3%	27.913	42%	0	0%	99.501	39%
Total flujo temporada alta	103.748	100%	83.711	100%	65.914	100%	1.931	100%	255.305	100%

En esta temporada, el turista que proviene del resto del mundo llega principalmente en avión, existiendo un porcentaje importante que se transporta en buses o vehículo privado, explicado por el alto flujo de visitantes del país vecino. En tanto, el excursionista que proviene del resto del mundo, llega principalmente en cruceros, existiendo también un flujo importante que llega en vehículo privado. El turista que proviene del resto del país, llega principalmente en bus y avión.

El número de pernoctaciones por modo de transporte, resultante de multiplicar la pernoctación promedio observada en cada grupo por el número de llegadas, permite otra dimensión de análisis al evaluar la importancia relativa del flujo que llega a la región. Al respecto, puede observarse que el flujo que llega en transporte aéreo y transporte público concentra el 91% de las pernoctaciones totales. De este flujo, el grupo con mayor número

de pernoctaciones es el turista resto país que llega en transporte público, el cual, según información de las encuestas, pernocta principalmente en casa de familiares o amigos.

Cuadro 17: Número de pernoctaciones por modo de transporte en la temporada alta 2004

Modo de Transporte utilizado para llegar a la Región	Turista RM		Turista RP		Total	
	número	%	número	%	número	%
Transporte público (buses, otros)	156.017	22%	559.474	58%	715.492	43,0%
Vehículo privado	24.865	4%	102.384	11%	127.250	7,6%
Vehículo de alquiler	2.925	0%	4.852	1%	7.778	0,5%
Crucero	5.851	1%	0	0%	5.851	0,4%
Ferry o trasbordador	7.313	1%	0	0%	7.313	0,4%
Otro transporte marítimo	5.657	1%	1.690	0%	7.347	0,4%
Transporte aéreo	503.239	71%	290.851	30%	794.090	47,7%
Total pernoctaciones flujo t.a.	705.867	100%	959.253	100%	1.665.120	100%

2.1.2.2 Agregado monetarios y no monetarios relacionados con el consumo turístico

El visitante receptor que llegó a la Región durante el año 2004, realizó un gasto de 44.970 millones de pesos (US\$ 74 MM), utilizando el servicio de operadores locales. Sin embargo, puede notarse que, la mayor parte de su gasto la realizó fuera de la región (205.245 millones de pesos), ya sea en servicios necesarios para llegar a la región prestados por operadores fuera de la economía regional (pasajes o agencias de viajes), o en gastos de consumo en otros países, en aquellos casos en que la visita forma parte de un circuito dentro del cual no se registra pernoctación en la región. Este es el caso de los visitantes en cruceros, excursionistas del resto del mundo, que representan el 75% del gasto total fuera de la región realizado por el receptor.

Cuadro 18: Detalle del gasto total del turista receptor en el año 2004, miles de pesos

Bienes y Servicios	Gasto Total del Turista Receptor	
	En la XII Región, durante el viaje	Fuera de la Región, previo al viaje
Hoteles y otros servicios de alojamiento	13.124.745	
Servicios de provisión de alimentación y bebidas	11.367.053	
Transporte terrestre de pasajeros	4.199.941	597.213
Transporte aéreo de pasajeros	1.002.251	42.472.651
Transporte marítimo de pasajeros	1.416.492	140.606.258
Alquiler de equipo de transporte	388.390	
Agencias de viajes	152.888	21.569.300
Servicios conexos al transporte pasajeros	6.408	
Servicios culturales, recreativos y de esparcimiento	3.462.884	
Total Característicos	35.121.053	205.245.422
Artesanías y souvenir	3.664.945	
Bienes adquiridos en zona franca Punta Arenas	4.159.274	
Combustible	635.611	
Comunicaciones	809.755	

Otros bienes y servicios	580.172	
Total Conexos	9.849.757	
Total	44.970.811	205.245.422

Del gasto de consumo realizado por el visitante receptor en la región, 98% corresponde al gasto efectivamente incurrido, en tanto 2% corresponde a una imputación originada por el ingreso de turistas a parques nacionales. Según información presupuestaria de la Corporación Nacional Forestal (CONAF), institución que administra los parques nacionales en la región, el ingreso efectivo generado por acceso de los visitantes a parques nacionales es inferior a los gastos de administración. La diferencia, por tanto, fue imputada al gasto de consumo del visitante (receptor e interno) como una transferencia realizada por un agente público – privado (CONAF) al visitante.

Cuadro 19: Gasto de consumo receptor 2004, por tipo de visitante (millones de pesos)

Bienes y Servicios	Resto del mundo		Resto del país		Total
	Turista	Excurs.	Turista	Excurs.	
Gasto efectivo del turismo receptor en la región	28.738	3.464	11.652	94	43.949
Hoteles y otros servicios de alojamiento	11.354	0	1.771	0	13.125
Servicios de provisión de alimentación y bebidas	6.870	457	4.020	20	11.367
Transporte terrestre de pasajeros	2.511	879	760	50	4.200
Transporte aéreo de pasajeros	405	498	99	0	1.002
Transporte marítimo de pasajeros	642	0	774	0	1.416
Alquiler de equipo de transporte	305	11	72	0	388
Agencias de viajes	50	72	31	0	153
Servicios conexos al transporte pasajeros	3	0	3	0	6
Servicios culturales, recreativos y de esparcimiento	1.239	136	1.065	1	2.441
<i>Total Característicos</i>	<i>23.378</i>	<i>2.054</i>	<i>8.597</i>	<i>71</i>	<i>34.099</i>
Artesanías y souvenir	2.414	854	374	23	3.665
Bienes adquiridos en zona franca Punta Arenas	1.777	453	1.928	0	4.159
Combustible	217	4	414	0	636
Comunicaciones	599	6	204	0	810
Otros bienes y servicios	352	92	136	0	580
<i>Total Conexos</i>	<i>5.360</i>	<i>1.410</i>	<i>3.056</i>	<i>23</i>	<i>9.850</i>
Transferencia Servicios de esparcimiento (CONAF, Parques Nacionales)	574	89	358	-	1.022
Gasto de consumo receptor	29.312	3.554	12.011	94	44.971

Puede notarse que 65% del ingreso que recibe la región por concepto de turismo receptor es originado por los turistas extranjeros y tan sólo 29% por los turistas provenientes del resto del país, los cuales, representan 31% del flujo. La menor participación del turista chileno en la generación de ingreso turístico para la región se explica por su bajo gasto promedio diario. Por otro lado, puede observarse que el excursionista proveniente del resto del mundo, que registra el gasto promedio diario más alto, dada su baja permanencia en la región, representa únicamente 8% del ingreso que percibe la región del resto del mundo.

Cuadro 20: Principales indicadores monetarios y no monetarios, consumo receptor 2004

Indicadores	Resto del mundo		Resto del país		Total
	Turista	Excurs.	Turista	Excurs.	
Gasto total (MM\$)	29.312	3.554	12.011	94	44.971
Flujo (n° personas)	189.758	102.329	126.719	2.817	421.624
Pernoctación (n° noches)	7,2	0	12,8	0	6,6
Permanencia (n° días)	7,2	1	12,8	1	6,6

En cuanto a la estructura de gasto, puede observarse que los productos característicos de turismo, según definiciones de la OMT, representan 75% del consumo del visitante receptor. Los principales productos característicos consumidos por los visitantes son, en orden de importancia, hoteles, restaurantes, transporte terrestre y servicios de esparcimiento. En cuanto a productos conexos, los principales consumos están dados por la compra de bienes en zona franca, artesanías y souvenirs.

Tal como se había mencionado, puede notarse la baja participación en el vector del turista resto país del gasto en hoteles, dada la permanencia en casa de familiares o amigos.

Cuadro 21: Estructuras de Gasto del consumo receptor año 2004 (porcentajes)

Bienes y Servicios	Resto del mundo		Resto del país		Total
	Turista	Excurs.	Turista	Excurs.	
Hoteles y otros servicios de alojamiento	39%	0%	15%	0%	29%
Servicios de provisión de alimentación y bebidas	23%	13%	33%	21%	25%
Transporte terrestre de pasajeros	9%	25%	6%	53%	9%
Transporte aéreo de pasajeros	1%	14%	1%	0%	2%
Transporte marítimo de pasajeros	2%	0%	6%	0%	3%
Alquiler de equipo de transporte	1%	0%	1%	0%	1%
Agencias de viajes	0%	2%	0%	0%	0%
Servicios conexos al transporte pasajeros	0%	0%	0%	0%	0%
Servicios culturales, recreativos y de esparcimiento	6%	6%	12%	1%	8%
Total Característicos	81%	82%	60%	75%	75%
Artesanías y souvenir	8%	24%	3%	25%	8%
Bienes adquiridos en zona franca Punta Arenas	6%	13%	16%	0%	9%
Combustible	1%	0%	3%	0%	1%
Comunicaciones	2%	0%	2%	0%	2%
Otros bienes y servicios	1%	3%	1%	0%	1%
Total Conexos	18%	40%	25%	25%	22%
Gasto de Consumo Receptor	100%	100%	100%	100%	100%

Considerando únicamente el gasto efectivo realizado por el visitante receptor en servicios de esparcimiento, las principales actividades realizadas en la región, fueron las detalladas en el Cuadro 22.

Cuadro 22: Composición del gasto total en esparcimiento según las principales actividades realizadas en la región, año 2004.

Servicios deportivos, recreativos y de esparcimiento	Resto del mundo		Resto del país		Total
	Turista	Excurs.	Turista	Excurs.	
Diversión, espectáculos	27%	22%	72%	0%	48%
Visita a parques nacionales, reservas naturales ⁹	33%	72%	21%	0%	29%
Alquiler de equipo para actividades deportivas recreativas	28%	0%	2%	0%	15%
Museos y edificios históricos	6%	6%	4%	100%	5%
Actividades deportivas recreativas: cabalgata, trekking, hikkiing, kajak, deporte aventura	6%	0%	1%	0%	3%
Gasto total en servicios de esparcimiento	100%	100%	100%	100%	100%

Puede notarse que la mayor parte del gasto en efectivo en esparcimiento es destinado a diversión y espectáculos (48%), seguido en orden de importancia por la visita a parques nacionales o reservas naturales (29%). El alquiler de equipo para actividades deportivas recreativas se encuentra en tercer lugar, sin embargo, este gasto es realizado principalmente por el turista que proviene del resto del mundo.

Finalmente, se muestra a continuación la composición del gasto de bienes adquiridos en Zona Franca Punta Arenas por el visitante, el cual representa 9% del gasto total del visitante receptor. Debe notarse que, cerca de 50% de este gasto es realizado por el visitante argentino como podrá verse en la sección 0.

Cuadro 23: Composición del gasto en bienes adquiridos en zona franca Punta Arenas por el visitante receptor, año 2004 (porcentajes)

Bienes Adquiridos en Zona Franca	Resto del mundo		Resto del país		Total
	Turista	Excurs.	Turista	Excurs.	
Alimentos y conservas	14%	11%	9%	0%	11%
Artículos de tocador (perfumes, otros)	2%	1%	10%	0%	6%
Artículos para el hogar (electrodomésticos)	9%	57%	13%	0%	16%
Discos de música, videocintas, otros similares	0%	0%	3%	0%	1%
Licores	5%	2%	9%	0%	7%
Vestuario, calzado y otros accesorios de vestir	33%	0%	23%	0%	25%
Otros bienes	4%	0%	3%	0%	3%
Márgenes de comercio	32%	29%	30%	0%	31%
Gasto total en bienes adquiridos en zona franca	100%	100%	100%	100%	100%

⁹ Se considera únicamente el gasto efectivo, excluyéndose la transferencia CONAF.

2.1.2.2.1 Gasto turístico del visitante argentino

En esta sección se muestra el gasto turístico realizado por el visitante argentino, cuyo perfil de comportamiento fue ampliamente ilustrado en la sección 2.1.1. Tal como se señaló anteriormente, los resultados mostrados en esta sección no tienen representatividad estadística; sin embargo, se muestran con el fin de aportar más elementos al análisis de este visitante fronterizo.

Cuadro 24: Gasto de consumo receptor del visitante argentino, 2004 (millones de pesos)

Bienes y Servicios	Turista	Excursionista	Total
Hoteles y otros servicios de alojamiento	165	0	165
Servicios de provisión de alimentación y bebidas	438	170	609
Transporte terrestre de pasajeros	83	0	83
Transporte aéreo de pasajeros	9	0	9
Transporte marítimo de pasajeros	0	0	0
Alquiler de equipo de transporte	0	0	0
Agencias de viajes	0	0	0
Servicios conexos al transporte pasajeros	0	0	0
Servicios culturales, recreativos y de esparcimiento	76	42	118
Total Característicos	771	213	984
Artesanías y souvenir	20	5	25
Bienes adquiridos en zona franca Punta Arenas	616	417	1.033
Combustible	52	5	58
Comunicaciones	11	0	11
Otros bienes y servicios	6	58	64
Total Conexos	705	485	1.191
Gasto de consumo receptor visitante argentino	1.477	698	2.174

Cuadro 25: Estructuras de Gasto del consumo receptor anual visitante argentino, año 2004 (porcentajes)

Bienes y Servicios	Turista	Excursionista	Total
Hoteles y otros servicios de alojamiento	11%	0%	8%
Servicios de provisión de alimentación y bebidas	30%	24%	28%
Transporte terrestre de pasajeros	6%	0%	4%
Transporte aéreo de pasajeros	1%	0%	0%
Transporte marítimo de pasajeros	0%	0%	0%
Alquiler de equipo de transporte	0%	0%	0%
Agencias de viajes	0%	0%	0%
Servicios conexos al transporte pasajeros	0%	0%	0%
Servicios culturales, recreativos y de esparcimiento	5%	6%	5%
Total Característicos	52%	30%	45%
Artesanías y souvenir	1%	1%	1%
Bienes adquiridos en zona franca Punta Arenas	42%	60%	48%

Combustible	4%	1%	3%
Comunicaciones	1%	0%	0%
Otros bienes y servicios	0%	8%	3%
<i>Total Conexos</i>	<i>48%</i>	<i>70%</i>	<i>55%</i>
Gasto de consumo receptor visitante argentino	100%	100%	100%

Cuadro 26: Composición del gasto total en esparcimiento de las principales actividades realizadas en la región por el visitante argentino, año 2004

Servicios deportivos, recreativos y de esparcimiento	Turista	Excursionista	Total
Diversión, espectáculos	35%	66%	46%
Visita a parques nacionales, reservas naturales	31%	34%	32%
Alquiler de equipo para actividades deportivas recreativas	33%	0%	21%
Museos y edificios históricos	2%	0%	1%
Actividades deportivas recreativas: cabalgata, trekking, hikking, kajak, deporte aventura	0%	0%	0%
Gasto total en servicios de esparcimiento	100%	100%	100%

Cuadro 27: Composición del gasto en bienes adquiridos en zona franca Punta Arenas por el visitante argentino, año 2004

Bienes Adquiridos en Zona Franca	Turista	Excursionista	Total
Alimentos y conservas	31%	6%	21%
Artículos de tocador (perfumes, otros)	6%	1%	4%
Artículos para el hogar (electrodomésticos)	19%	62%	36%
Licores	1%	0%	1%
Vestuario, calzado y otros accesorios de vestir	19%	0%	11%
Márgenes de comercio	25%	30%	27%
Gasto total en bienes adquiridos en zona franca	100%	100%	100%

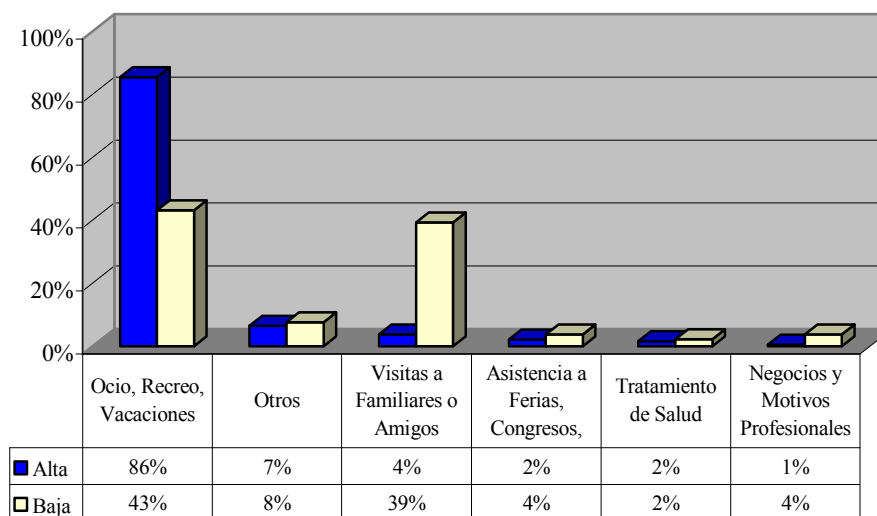
2.2 GASTO DE CONSUMO TURISTA EMISOR

2.2.1 Antecedentes cuantitativos y cualitativos de la encuesta

2.2.1.1 Principal motivo del viaje

El principal motivo de viaje del residente de Magallanes fuera de la región es el ocio, recreo y vacaciones en el período de alta (86%), existiendo turistas que viajan por visitar a familiares o amigos (4%) y por otros motivos (7%). En el período de baja, la visita a familiares y amigos cobra mayor importancia (39% de las respuestas), sin embargo, la mayor frecuencia de respuesta está entre aquellos que viajan por ocio recreo y vacaciones (43%). En ambos períodos de observación, existe un 2% del flujo emisor que viaja para realizarse tratamientos de salud.

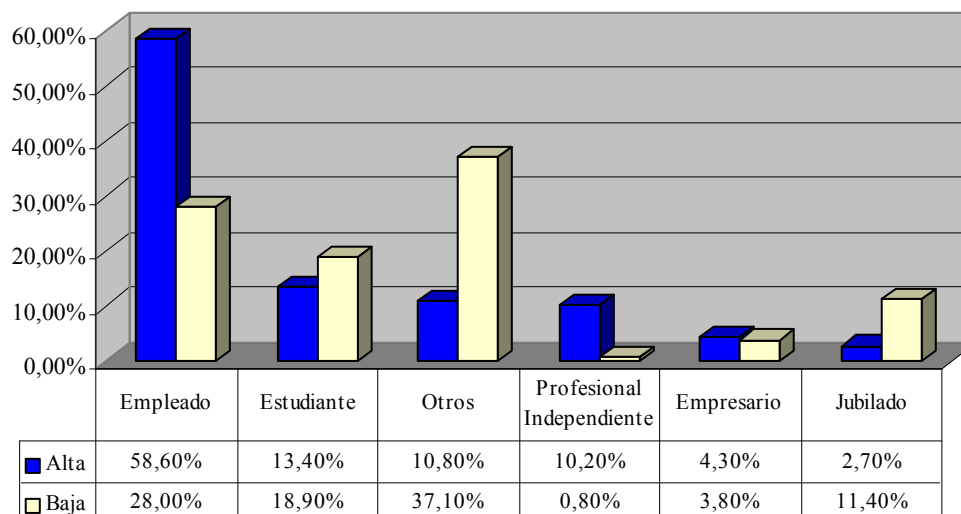
Gráfico 13: Principal motivo de viaje del visitante emisor, por período de observación



2.2.1.2 Ocupación del visitante emisor

La principal ocupación de los visitantes emisores en el período de alta fue empleado dependiente (59%), existiendo, además, una alta presencia de estudiantes (13%) y profesionales independientes (10%). En el período de baja, 37% de los encuestados respondió tener una categoría ocupacional distinta a las consideradas en la encuesta, 28% correspondió a empleados y 19% a estudiantes. En el período de baja, se registra una mayor participación del grupo de jubilados (11%).

Cuadro 28: Ocupación del visitante emisor, por período de observación



2.2.1.3 Edad del visitante, tamaño y composición del grupo de viaje

Tal como se señaló para el turista receptor, el perfil de edad del visitante puede ilustrarse considerando el tramo de edad informado por el encuestado, sin embargo, este dato corresponde a la edad del miembro del grupo de viaje que el encuestador entrevistó, la cual puede ser similar o no a la de sus acompañantes. En el cuadro siguiente, se muestra, para el período de observación de alta, la participación de los encuestados por tramo de edad y, para añadir más elementos al análisis, se incluye el tamaño promedio del grupo de viaje y el número de acompañantes promedio, diferenciando a niños de adultos.

Puede notarse que, en el período de observación de alta, el grupo de edad con mayor participación entre los encuestados fue el grupo entre 35 y 44 años, seguido del grupo entre 25 y 34 años. Como se puede observar el grupo de viaje incluyó en promedio a tres personas, las cuales comprenden principalmente adultos.

Cuadro 29: Edad de los encuestados, tamaño y composición del grupo de viaje, período de observación Alta

Edad	N° encuestados	Participación	Tamaño promedio del grupo de viaje (personas)	Acompañantes promedio (personas)	
				Adultos	Niños
Menos de 15	1	0,54%	4	3	0
15 a 24	30	16%	3	1	0
25 a 34	46	25%	3	1	0
35 a 44	65	35%	3	1	1
45 a 64	43	23%	3	2	0
65 y más	1	1%	1	0	0
Total	186	100%	3	1	1

En el período de baja los residentes de Magallanes que viajaron fuera de la región, se ubicaron principalmente en el grupo de edad entre 45 y 64 años, 30% de los encuestados. El grupo de viaje muestra características similares a las observadas en el período de alta.

Cuadro 30: Edad de los encuestados, tamaño y composición del grupo de viaje, período de observación Baja

Edad	N° encuestados	Participación	Tamaño promedio del grupo de viaje (personas)	Acompañantes promedio (personas)	
				Adultos	Niños
15 a 24	31	23%	2,3	1,2	0,2
25 a 34	23	17%	2,7	1,5	0,2
35 a 44	32	24%	2,6	1,4	0,2
45 a 64	40	30%	2,8	1,3	0,5
65 y más	6	5%	2,5	1,2	0,3
Total	132	100%	2,6	1,3	0,3

2.2.1.4 Utilización de agencias para organizar su viaje fuera de la región

Los turistas emisores, tanto en temporada alta como en baja, preferentemente no utilizaron agencias de viajes para salir de la región. Entre el reducido grupo que utilizó agencia de viaje, el costo promedio del paquete contratado fue 349 dólares en temporada alta y 439 en temporada baja.

Cuadro 31: Utilización de agencias de viaje, turista emisor

Período de observación	Utilización agencia de viaje		Costo promedio del paquete (US\$)	Prom. pernoctaciones en el destino que comprendía el paquete que contrató
	Sí	No		
Alta	1,0%	99,0%	349	0
Baja	1,5%	98,5%	439	2

2.2.1.5 Pernoctación promedio

La pernoctación promedio registrada por el turista emisor alcanzó 15 noches promedio en el período de alta, de las cuales 4 corresponden a pernoctaciones fuera del país y 11 a pernoctaciones dentro de Chile en otras regiones. En el período de baja las pernoctaciones promedio fueron 11, de las cuales 9 fueron dentro de Chile.

Cuadro 32: Pernoctaciones promedio del turista emisor, según destino

Destino	Alta	Baja
Fuera de Chile	4	2
Dentro de Chile, en otras regiones	11	9
Total	15	11

Considerando la frecuencia de respuestas por tipo de alojamiento y la pernoctación promedio registrada únicamente entre aquellos que respondieron haber utilizado un tipo de alojamiento específico, se pueden establecer el promedio de pernoctación registrada por tipo. Los resultados se muestran a continuación.

En el período de alta, el tipo de alojamiento que concentra la mayor frecuencia de respuestas para el turista emisor es la casa de familiares o amigos, con una pernoctación promedio de 17 noches. En orden de importancia siguen los hoteles, con una pernoctación promedio de 10 noches.

Cuadro 33: Pernoctación promedio por frecuencia de respuestas en cada tipo de alojamiento, en período de observación alta

Tipo de Alojamiento Turístico	Frecuencia de respuestas	Pernoctación promedio
Casa de Familiares o Amigos	91	17
Hotel	40	10
Hostal	23	6
Otros	21	12
Casa o Departamento Arrendado	17	15
Residencial, Pensión	16	7
Camping	9	7

En el período de baja el alojamiento en casa de familiares o amigos continúa registrando la mayor frecuencia de respuestas, seguido por los hoteles. Estos tipos de establecimiento registraron una pernoctación promedio de 14 y 4 noches, respectivamente.

Cuadro 34: Pernoctación promedio por frecuencia de respuestas en cada tipo de alojamiento, en período de observación baja

Tipo de Alojamiento Turístico	Frecuencia de respuestas	Pernoctación promedio
Casa de Familiares o Amigos	75	14
Hotel, Resort	28	4
Otros	24	4
Residencial, Pensión	7	23
Hostal	6	5
Casa o Departamento Arrendado	3	47

2.2.1.6 Gasto promedio diario por persona

El gasto promedio diario por persona registrado por el turista emisor alcanzó 18 dólares en el período de alta y 23 en el período de baja. El excursionista, por su parte, registró un gasto promedio diario de 41 dólares en el período de alta y 18 en el de baja.

Cuadro 35: Gasto promedio diario del visitante emisor, por período de observación (dólares)

Tipo de visitante	Alta	Baja
Turista	18	23
Excursionista	41	18
Total muestra	23	23

Con lo anterior el gasto promedio diario por persona estimado para el año para el turismo emisor equivale a 23 dólares.

2.2.2 Variable monetarias y no monetarias de la Cuenta Satélite de Turismo

En el año 2004, el flujo de residentes en la XII región que abandonaron el territorio con fines turísticos ascendió a 156.106 personas, de las cuales 18% corresponden a excursionistas.

Cuadro 36: Flujo efectivo de visitantes emisores por tipo de visitante, año 2004 (número de personas)

Tipo de paso	Tipo de visitante		Total
	Turista	Excursionista	
Aéreo	29.444	0	29.444
Marítimo	0	0	0
Terrestre	98.189	28.472	126.662
Total flujo emisor	127.633	28.472	156.106

El principal destino del residente de la región, tanto en el período de observación de alta como de baja, fue el resto del mundo.

Cuadro 37: Composición del flujo emisor por tipo de destino, año 2004

Destino	Período observación	
	Alta	Baja
Resto del mundo	47,8%	57,6%
Resto del país	29,0%	28,0%
Resto del mundo y resto del país	23,1%	14,4%

El gasto total del turista emisor alcanzó 18.883 millones de pesos (31 millones de dólares) durante el año 2004. El gasto que realizó el turista emisor en la región antes del viaje y por motivo del mismo alcanzó 3.054 millones de pesos.

Cuadro 38: Detalle del gasto total del turista emisor año 2004, en miles de pesos

Bienes y Servicios	Gasto Total del Turista Emisor		
	Antes del viaje, en la XII Región	Durante el viaje	Total
Hoteles y otros servicios de alojamiento		2.597.231	2.597.231
Servicios de provisión de alimentación y bebidas		4.960.759	4.960.759
Transporte terrestre de pasajeros	100.755	460.086	560.841
Transporte aéreo de pasajeros	206.657	657.394	864.051
Transporte marítimo de pasajeros	1.429	111.970	113.399
Alquiler de equipo de transporte	966	0	966
Agencias de viajes	29.492	39.144	68.635
Servicios conexos al transporte pasajeros		205.861	205.861
Servicios culturales, recreativos y de esparcimiento		1.220.920	1.220.920
Total Característicos	339.299	10.253.364	10.592.663
Artesanías y souvenir		625.817	625.817
Comunicaciones		206.303	206.303
Otros bienes y servicios	2.715.294	4.743.097	7.458.392
Total Conexos	2.715.294	5.575.217	8.290.512
Gasto total del turista emisor	3.054.593	15.828.582	18.883.175

El gasto en la XII Región, antes del viaje y por motivo del mismo, estuvo compuesto principalmente por la compra de rollos fotográficos o cintas de video (75%), mapas, libros o información turística del lugar visitado (21%), y vacunas o medicaciones necesarias para llegar al destino (4%).

Del gasto durante el viaje, gasto de consumo emisor, 31% estuvo destinado a restaurantes, 16% a hoteles y 8% a servicios de esparcimiento. Del 20% de gasto destinado a otros bienes y servicios, 60% corresponde a vestuario, calzado u otras prendas de vestir. Dado el alto flujo de salidas por pasos terrestres, otro de los principales gastos es combustibles, los cuales representan 10% del gasto total.

Cuadro 39: Gasto de consumo emisor por tipo de visitante, año 2004 (millones de pesos)

Bienes y Servicios	Tipo de visitante		Total	% del total
	Turista	Excurs.		
Hoteles y otros servicios de alojamiento	2.578	20	2.597	16%
Servicios de provisión de alimentación y bebidas	4.757	204	4.961	31%
Transporte terrestre de pasajeros	459	1	460	3%
Transporte aéreo de pasajeros	657	0	657	4%
Transporte marítimo de pasajeros	112	0	112	1%
Alquiler de equipo de transporte	0	0	0	0%
Agencias de viajes	39	0	39	0%
Servicios conexos al transporte pasajeros	206	0	206	1%
Servicios culturales, recreativos y de esparcimiento	1.221	0	1.221	8%
Total Característicos	10.028	225	10.253	65%
Artesanías y souvenir	625	0	626	4%
Comunicaciones	206	0	206	1%
Combustibles	1.428	121	1.550	10%
Otros bienes y servicios	2.911	283	3.193	20%
Total Conexos	5.171	404	5.575	35%
Gasto total del turista emisor	15.199	630	15.829	100%

El gasto del turista emisor representa 96% del gasto de consumo total del emisor, con una pernoctación promedio de 16 noches y un gasto promedio diario de 7.600 pesos. El excursionista, aún cuando representa 18% del flujo, explica únicamente 4% del gasto, debido a la baja permanencia, pues el gasto promedio diario es superior al del turista.

Cuadro 40: Principales indicadores monetarios y no monetarios, gasto consumo emisor

Indicadores	Tipo de visitante		Total
	Turista	Excursionista	
Gasto total (MM\$)	15.199	630	15.829
Flujo (n° personas)	127.633	28.472	156.106
Pernoctación (n° noches)	15,7	0	12,8
Permanencia (n° días)	15,7	1	13,0

2.3 GASTO DE CONSUMO TURISTA INTERNO

2.3.1 Antecedentes cuantitativos y cualitativos de la encuesta

La encuesta del turismo interno, residentes que realizan turismo dentro de la región, fue realizada a los hogares de la región de Magallanes, según se detalla en el manual metodológico. De los hogares encuestados, 18% respondió haber realizado un viaje dentro de la región durante el último año. A continuación se muestran los principales resultados muestrales de la encuesta.

2.3.1.1 Principal motivo del viaje

La determinación del motivo del viaje consideró los dos viajes más importantes que fueron declarados por en la encuesta. Los resultados muestrales indican que el ocio, recreo y vacaciones (55%), representa el principal motivo del viaje. En segundo lugar se ubican las visitas a familiares y amigos con 20%, seguidos de los viajes por tratamientos de salud (11%). En el cuadro a continuación, se muestran los resultados.

Cuadro 41: Principal motivo del viaje, turismo interno

Motivo	Porcentaje
Ocio, recreo, vacaciones	54,7%
Visitas a familiares y amigos	20,3%
Asistencia a Ferias, Congresos	1,6%
Negocios y Otros Motivos Profesionales	6,3%
Tratamientos de salud	10,9%
Otros	6,3%
Total	100%

2.3.1.2 Principales destinos visitados

La determinación de la frecuencia de los destinos de los viajes realizados por los turistas internos se realizó considerando todos los viajes y destinos declarados por los turistas. Los resultados indican que Puerto Natales con 27,4% y Punta Arenas con un 24,7% son los principales destinos del turismo interno. El tercer destino preferido por los turistas lo constituye el Río San Juan¹⁰ con 12,3% de viajes y el cuarto lugar de las preferencias corresponde al Parque Nacional Torres del Paine, el cual concentra el 9,6% de los viajes. El detalle de los destinos indicados se presenta en el Cuadro 42.

¹⁰ El Río San Juan se ubica a 65 Km. al sur de Punta Arenas.

Cuadro 42: Destinos de Viajes de Turistas Internos

Destino	Frecuencia	Porcentaje
Puerto Natales	20	27,4%
Punta Arenas	18	24,7%
San Juan	9	12,3%
Torres del Paine	7	9,6%
Cerro Sombrero	2	2,7%
Porvenir	2	2,7%
Camarón	1	1,4%
Cueva del Milodón	3	4,1%
Estancia	1	1,4%
La Paciencia	1	1,4%
Lago Deseado	1	1,4%
Laguna Sofia	1	1,4%
Morro Chico	1	1,4%
Puerto Williams	1	1,4%
Renovales	1	1,4%
Río Rubens	1	1,4%
Río Verde	1	1,4%
Timaukel	1	1,4%
Cerro Tenerife	1	1,4%
Total de Destinos	73	100,0%

2.3.1.3 Medio de transporte utilizado para realizar el viaje

El principal medio corresponde al vehículo propio, con un 53% de las preferencias, luego le siguen el bus, con un 37,9% y el barco con un 4,5%. Es importante notar que ninguno de los encuestados declara utilizar los vehículos de alquiler como medio de transporte para la realización de su viaje.

Cuadro 43: Medio de transporte utilizado en el viaje por el turismo interno

Medio de Transporte	Porcentaje
Vehículo Propio	53,0%
Vehículo Arrendado	0,0%
Bus	37,9%
Avión	3,0%
Barco	4,5%
No Responde	1,5%
Total	100%

2.3.1.4 Pernoctación promedio

El principal tipo de alojamiento utilizado corresponde a la casa de familiares o amigos, con un 36% de las respuestas. Luego se encuentra el camping o cabaña con un 30% y los hoteles, moteles, hostería y residencial, pensión, con un 12,5% ambos tipos.

Cuadro 44: Frecuencia de utilización Tipos de Alojamientos Turístico (noches)

Tipo de Alojamiento	Viaje 1	Viaje 2	Porcentaje
Hotel, Motel, Hostería	14,6%	6,3%	12,5%
Residencial Pensión	14,6%	6,3%	12,5%
Camping, Cabaña	27,1%	37,5%	29,7%
Casa o Departamento Arrendado a Particular	0,0%	0,0%	0,0%
Segunda Residencia Propia	0,0%	6,3%	1,6%
Casa de Familiares o Amigos	35,4%	37,5%	35,9%
Vivienda Uso Compartido o Multipropiedad	0,0%	0,0%	0,0%
Centro de Vacaciones de la Empresa	4,2%	6,3%	4,7%
Centro de Vacaciones Caja de Compensación	0,0%	0,0%	0,0%
No Responde	4,2%	0,0%	3,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

En cuanto al número de noches promedio registradas en cada uno de los establecimientos presentados, se observa que el mayor valor corresponde a los establecimientos tipo camping o cabaña, con un 3,8 y 2,3 de noches promedio de utilización para el viaje 1 y el 2 respectivamente.

Cuadro 45: Pernoctaciones Promedio por Tipo de Establecimiento Turístico (noches)

Tipo de Alojamiento	Pernoctación Promedio		
	Viaje 1	Viaje 2	Total
Hotel, Motel, Hostería	2,0	2,0	2,0
Residencial Pensión	2,3	1,0	2,1
Camping, Cabaña	3,8	2,3	3,3
Casa o Departamento Arrendado a Particular	0,0	0,0	0,0
Segunda Residencia Propia	0,0	2,0	2,0
Casa de Familiares o Amigos	2,4	2,0	2,3
Vivienda Uso Compartido o Multipropiedad	0,0	0,0	0,0
Centro de Vacaciones de la Empresa	2,0	1,0	1,7
Centro de Vacaciones Caja de Compensación	0,0	0,0	0,0
Total	2,7	2,0	2,5

2.3.1.5 Gasto Promedio Diario Por Persona

Para el análisis del gasto promedio diario por persona, se muestra los resultados para los dos viajes de mayor importancia declarados por el turista. Tal como se puede observar, el gasto promedio diario alcanza los 22 dólares en el primer viaje y 13 dólares en el segundo viaje. Si se considera ambos tipos de viajes los turistas realizan un gasto promedio diario de 20 dólares.

Cuadro 46: Gasto Promedio Diario por Persona

Viaje	Gasto promedio diario por persona	
	Pesos (\$)	Dólar (\$)
Viaje 1	14.140	22,1
Viaje 2	8.404	13,1
Total Viajes	12.610	19,7

2.3.2 *Variable monetarias y no monetarias de la Cuenta Satélite de Turismo*

El flujo de turistas internos, residentes en la XII región que viajan dentro de la misma, alcanzó 13.905 personas en el año 2004, según información de la encuesta realizada a hogares.

El gasto de consumo de este tipo de turista, fue de 768 millones de pesos durante el año 2004. De este gasto, 571 millones (930 mil dólares) corresponden a gasto efectivo y el valor restante corresponde a una imputación equivalente al servicio prestado por la segunda vivienda a sus propietarios, el cual debe ser valorado e incluido en el consumo para efectos de la CST.

Sin considerar el gasto en segunda vivienda, el turista interno gastó principalmente en restaurantes, alojamiento y transporte terrestre, registrando, además, un importante consumo en combustibles.

Cuadro 47: Gasto de consumo del turismo interno año 2004, miles de pesos

Bienes y Servicios	Gasto Turismo Interno	% del total
Hoteles y otros servicios de alojamiento	133.091	17,3%
Segunda vivienda	197.079	25,6%
Servicios de provisión de alimentación y bebidas	217.842	28,3%
Transporte terrestre de pasajeros	70.451	9,2%
Transporte aéreo de pasajeros	6.095	0,8%
Transporte marítimo de pasajeros	9.622	1,3%
Alquiler de equipo de transporte	0	0,0%
Agencias de viajes	0	0,0%
Servicios conexos al transporte pasajeros	0	0,0%
Servicios culturales, recreativos y de esparcimiento	14.468	1,9%
<i>Total Característicos</i>	<i>648.648</i>	<i>84,4%</i>
Artesanías y souvenir	1.544	0,2%
Bienes adquiridos en zona franca Punta Arenas	21.511	2,8%
Combustible	90.276	11,7%
Comunicaciones	0	0,0%
Otros bienes y servicios	6.549	0,9%
<i>Total Conexos</i>	<i>119.880</i>	<i>15,6%</i>
Total general	768.528	100%

La pernoctación promedio registrada por el turismo interno fue de 2,7 noches, con un gasto promedio diario, sin considerar segunda vivienda, de 15.200 pesos.

Cuadro 48: Indicadores monetarios y no monetarios del gasto de consumo del turista interno

Indicadores	Turismo interno
Gasto total (MM\$)	571
Flujo (n° personas)	13.905
Pernoctación (n° noches)	2,7
Permanencia (n° días)	2,7

2.4 CONSUMO TURÍSTICO INTERIOR

El consumo turístico interior constituye uno de los principales agregados de la Cuenta Satélite de Turismo, pues comprende el gasto total realizado por motivos de turismo dentro del territorio regional. Tal como se ha mencionado en el informe metodológico, este gasto está compuesto por el gasto de consumo receptor, el gasto de consumo del turista interno y el gasto realizado por el turista emisor antes del viaje dentro de la región. Estos dos últimos agregados componen el gasto de consumo interno.

El gasto total realizado en la región con fines turísticos por el visitante alcanzó 48.597 millones de pesos (80 millones de dólares) en el año 2004. La confrontación de este gasto con la oferta regional permite estimar el impacto del turismo en el PIB regional.

Cuadro 49: Consumo turístico interior año 2004 (millones de pesos)

Bienes y Servicios	Gasto de consumo interno		Gasto consumo receptor	Total
	interno	emisor		
Hoteles y otros servicios de alojamiento	133	0	13.125	13.258
Servicio de segunda vivienda	197	0	0	197
Servicios de provisión de alimentación y bebidas	218	0	11.367	11.585
Transporte terrestre de pasajeros	70	101	4.200	4.371
Transporte aéreo de pasajeros	6	1	1.002	1.010
Transporte marítimo de pasajeros	10	207	1.416	1.633
Alquiler de equipo de transporte	0	0	388	388
Agencias de viajes	0	1	153	154
Servicios conexos al transporte pasajeros	0	29	6	36
Servicios culturales, recreativos y de esparcimiento	14	0	3.463	3.477
Total Característicos	648	339	35.121	35.912
Artesanías y souvenir	2	0	3.665	3.666
Bienes adquiridos en zona franca Punta Arenas	22	0	4.159	4.181
Combustible	90	0	636	726
Comunicaciones	0	0	810	810
Otros bienes y servicios	7	2.715	580	3.302
Total Conexos	120	2.715	9.850	12.685
Total consumo turístico interior	768	3.055	44.971	48.794

2.5 CONSUMO TURÍSTICO REGIONAL

El consumo turístico regional, que comprende el gasto en turismo realizado por el residente de la XII región, dentro y fuera de la misma, alcanzó 19.652 millones de peso en 2004 (32 millones de dólares).

Cuadro 50: Consumo turístico regional año 2004 (millones de pesos)

Bienes y Servicios	Gasto de consumo interno		Gasto consumo emisor	Total
	Interno	Emisor		
Hoteles y otros servicios de alojamiento	133	0	2.597	2.730
Segunda vivienda	197	0	0	197
Servicios de provisión de alimentación y bebidas	218	0	4.961	5.179
Transporte terrestre de pasajeros	70	101	460	631
Transporte aéreo de pasajeros	6	1	112	119
Transporte marítimo de pasajeros	10	207	657	874
Alquiler de equipo de transporte	0	0	206	206
Agencias de viajes	0	1	0	1
Servicios conexos al transporte pasajeros	0	29	39	69
Servicios culturales, recreativos y de esparcimiento	14	0	1.221	1.235
Total Característicos	649	339	10.253	11.241
Artesanías y souvenir	2	0	626	627
Bienes adquiridos en zona franca Punta Arenas	22	0	0	22
Combustible	90	0	0	90
Comunicaciones	0	0	206	206
Otros bienes y servicios	7	2.715	4.743	7.465
Total Conexos	120	2.715	5.575	8.410
Total consumo turístico interior	768	3.055	15.829	19.652

3 OFERTA DE LAS ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS

La producción bruta de las actividades características fue de 53.976 millones de pesos (78 millones de dólares) durante el año 2003.

Del análisis de los resultados se puede observar que la actividad característica que mayor producción genera en la XII región es el Transporte, con un 34,4% del valor bruto de producción de las actividades características, seguido por la actividad hoteles con un 30,6% y la actividad restaurantes con un 27,5%. Al comparar estos resultados con los obtenidos por la Cuenta Satélite de Turismo Nacional año 1996, calculada por SERNATUR, se puede observar que existe consistencia con los datos obtenidos por la encuesta de actividades de la región, ya que son las tres actividades señaladas anteriormente las que presentan mayor participación en la producción turística nacional. En efecto, en la CST Nacional de 1996 el sector transporte representa un 38,8%, mientras que los hoteles y restaurantes representan un 19% y 28%, respectivamente.

Cuadro 51: Oferta de Bienes y Servicios de las Actividades Características de Turismo XII Región (miles de pesos de 2003)

Bienes y Servicios	Hoteles y otros servicios de alojamiento	Servicios de provisión de alimentación y bebidas	Transporte terrestre de pasajeros	Transporte marítimo de pasajeros	Servicios de transporte aéreo	Agencias de viaje y servicios conexos de transporte	Alquiler de equipo de transporte	Segunda Vivienda	Servicios culturales, recreativos y otros servicios de esparcimiento	Total
Agencias de viaje y servicios conexos de transporte						636.604				636.604
Alquiler de equipo de transporte	14.527	0	329.011	43.365	424.379	6.518	1.077.945		53.514	1.949.259
Hoteles y otros servicios de alojamiento	12.936.125									12.936.125
Servicios culturales, recreativos y otros servicios de esparcimiento	65.763	134.758							1.942.908	2.143.430
Servicios de provisión de alimentación y bebidas	3.114.069	14.624.789	0	0	0		0			17.738.858
Servicios de transporte aéreo					2.411.312					2.411.312
Transporte marítimo de pasajeros				4.914.018						4.914.018
Transporte terrestre de pasajeros			10.336.562				107.791			10.444.353
<i>Total Característicos</i>	<i>16.130.485</i>	<i>14.759.547</i>	<i>10.665.574</i>	<i>4.957.383</i>	<i>2.835.690</i>	<i>643.122</i>	<i>1.185.736</i>		<i>1.996.422</i>	<i>53.173.959</i>
Comunicaciones	133.606									133.606
Margen de Comercio	26.210	70.370	66.831	45.435	0		-244		1.044	209.647
Otros Bienes y Servicios	251.608	5.616	0	0	0	0	0	194.167	7.761	459.152
<i>Total Productos no específicos</i>	<i>411.424</i>	<i>75.987</i>	<i>66.831</i>	<i>45.435</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>-244</i>	<i>194.167</i>	<i>8.805</i>	<i>802.406</i>
VBP de actividades Características	16.541.909	14.835.534	10.732.405	5.002.818	2.835.690	643.122	1.185.493	194.167	2.005.228	53.976.364

El valor agregado generado por las actividades características, alcanzó 26.591 millones de pesos (38 millones de dólares) en el año 2003, según se muestra en el Cuadro 52. Este valor representa **5,3%** del valor agregado regional.

Cuadro 52: Cuenta de Producción de las Actividades Características de Turismo XII región (miles de pesos de 2003)

Bienes y Servicios	Hoteles y otros servicios de alojamiento	Servicios de provisión de alimentación y bebidas	Transporte terrestre de pasajeros	Transporte marítimo de pasajeros	Servicios de transporte aéreo	Agencias de viaje y servicios conexos de transporte	Alquiler de equipo de transporte	Segunda Vivienda	Servicios culturales, recreativos y otros servicios de esparcimiento	Total	
Productos Agrícolas	201.556	634.677						15		836.248	
Fruta	210.671	364.876								575.548	
Pescados y mariscos	364.866	268.004								632.870	
Resto productos mineros								1		1	
Productos alimenticios, bebidas y tabaco	1.768.317	5.001.918	87.656	233.812	0		131			7.091.835	
Productos textiles, prendas de vestir y cuero	79.723	19.455	2.493	842	0	1.004	50	8	97	103.672	
Productos de maderas y muebles	1.107	5.176	4.670	96	627		958		213	12.846	
Papel e imprentas	119.617	179.676	13.510	277	1.812	9.631	2.771	1	14.435	341.729	
Productos químicos, petróleo, caucho y plástico	286.919	188.759	3.613.998	309.573	759.795	24.870	203.255	301	34.236	5.421.707	
Productos minerales no metálicos	23.242	6.367	4.112	84	552		843		6	35.207	
Productos metálicos, maquinaria y equipos	7.469	103.416	39.610	812	5.314	5.821	8.125	316	73	170.957	
Resto productos manufactureros	7.974	17.557	1.072	22	144	4.266	220	2	859	32.115	
Electricidad, Gas y Agua	824.758	607.917	73.530	924	3.977	24.063	17.231	734	68.234	1.621.369	
Construcción	222.184	59.058	20.416	0	0	3.005	2.430	50.416	44.032	401.543	
Comercio y servicios de restaurantes y hoteles	188.565	25.472	706.214	134.285	264.318	22.903	49.287		13.786	1.404.828	
Servicios de transporte	135.238	47.166	48.984	275.048	288.569	50.121	17.099	3	12.013	874.241	
Servicios de comunicaciones	330.136	167.476	130.337	11.798	20.651	35.063	25.309	4	10.355	731.129	
Servicios Financieros y Empresariales	2.272.859	1.179.570	518.004	1.303.259	817.788	127.836	237.506	389	57.107	6.514.318	
Otros servicios	171.478	169.359	7.348	60.331	532	15.885	5.525		152.015	582.473	
<i>Total Consumo Intermedio</i>	<i>7.216.680</i>	<i>9.045.900</i>	<i>5.271.953</i>	<i>2.331.164</i>	<i>2.164.078</i>	<i>324.469</i>	<i>570.741</i>	<i>52.189</i>	<i>407.461</i>	<i>27.384.634</i>	
Valor Agregado	Excedente	4.087.148	1.547.749	2.591.165	1.849.936	48.348	17.146	195.102	68.508	414.222	10.819.325
	Remuneraciones	3.389.092	4.004.258	2.442.472	529.928	614.582	288.337	212.226	2.192	1.126.962	12.610.050
	Depreciación	1.608.916	116.319	401.533	283.022	4.925	10.382	185.782	57.852	41.234	2.709.964
	Otros impuestos sobre la producción	240.074	121.308	25.282	8.768	3.757	2.788	21.642	13.425	15.348	452.392
<i>Total Valor Agregado</i>		<i>9.325.229</i>	<i>5.789.634</i>	<i>5.460.452</i>	<i>2.671.654</i>	<i>671.613</i>	<i>318.653</i>	<i>614.752</i>	<i>141.978</i>	<i>1.597.767</i>	<i>26.591.730</i>
VBP de actividades Características		16.541.909	14.835.534	10.732.405	5.002.818	2.835.690	643.122	1.185.493	194.167	2.005.228	53.976.364

El valor agregado generado por las actividades características, alcanzó 26.591 millones de pesos (38 millones de dólares) en el año 2003. Este valor representa **5,3%** del valor agregado regional.

En términos de valor agregado, la actividad característica que más aporta al valor agregado turístico de la región es hoteles con un 35%, seguido del sector transporte con 33% y restaurantes con un 22%. En cuanto a la composición del valor agregado, las actividades que destacan por la generación de valor asociado al pago de remuneraciones corresponden al sector restaurantes, servicios de transporte aéreo, agencias de viajes y servicios de esparcimiento. Las actividades que destacan por la generación de valor agregado asociado a los excedentes se encuentran el sector transporte, hoteles y segunda vivienda.

3.1 AGREGADOS NO MONETARIOS DE LAS ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS

3.1.1 Empleo turístico por categoría laboral

Para la estimación del empleo por categoría laboral se consideró la pregunta de la encuesta referida al número promedio de personas empleadas por categoría y por período (trimestres), incluida en los cinco formularios de la encuesta de actividad y el número de establecimientos corresponde al marco muestral definido por el INE, sobre la base de información del SII.

El número de empleados de la actividad turística estimados para la región alcanza un total de 7.040 personas, de las cuales el 72% corresponde a la categoría laboral “trabajador habitual remunerado”.

Como se observa en la tabla, las actividades turísticas que mayor empleo genera corresponden a hoteles, restaurantes y transporte. Sin embargo, las actividades que registran mayor intensidad de uso del factor trabajo corresponden a transporte y servicios culturales, deportivos y de recreo, que en promedio emplean a 11,6 y 10 personas por establecimiento, respectivamente. En contraste, la actividad alquiler de equipo de transporte es la que presenta un menor coeficiente de intensidad de uso del factor trabajo con 4,9 empleados por establecimientos.

Cuadro 53: Empleo Turístico XII región por categoría laboral (Año 2003)

Actividad	Número de Establecimientos	Número de Empleados	Número de Empleos por Categoría Laboral			
			Socio propietario	Familiar sin remuneración fija	Trabajador habitual	Trabajador temporal
Restaurantes y similares	313	2.418	258	92	1.864	204
Agencia de Viajes	31	199	24	0	89	86
Alquiler de equipo de transporte	22	109	16	2	87	4
Transporte	139	1.620	172	43	1.290	115
Hoteles y similares	198	1.900	176	29	1.323	372
Servicios Culturales, deportivos y de recreo	74	794	11	0	403	381
Total Empleo turístico	777	7.040	657	166	5.056	1.162

3.1.2 *Número de Establecimientos según Industria turísticas y número de personas empleadas*

La estimación del número de establecimientos según industria y número de personas empleadas se realizó tomando como base el marco muestral de la encuesta, al cual para efectos del cálculo, se le aplicó la estructura porcentual del número de establecimiento por tipo de industria y número de empleados obtenida a nivel muestral.

El criterio de estratificación de los establecimientos por número de personas empleadas corresponde a la clasificación habitualmente utilizada en Chile para clasificar a las empresas según tamaño por esta variable. Tal como se muestra en la siguiente tabla:

Cuadro 54: Número de Establecimiento según industria turísticas y número de personas empleadas (Año 2003)

Actividades	N° Establecimientos	Número de Personas Empleadas		
		menos de 10	entre 10 y 49	entre 50 y 199
		Microempresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa
Restaurantes y similares	313	159	139	15
Agencia de Viajes	31	12	16	3
Alquiler de equipo de transporte	22	13	9	0
Transporte	139	94	23	22
Hoteles y similares	198	109	68	21
Servicios Culturales	74	44	15	15
Total Industrias Turísticas	777	433	269	76

De los resultados destaca la alta participación de las microempresas en la actividad turística de la región, fuertemente concentradas en las actividades de restaurantes y hoteles. Debe notarse además la inexistencia de establecimientos con más de 200 empleados que se dediquen principalmente a la actividad turística.

3.1.3 *Número de establecimientos y capacidad por formas de alojamiento*

Este agregado no monetario de la CST fue construido en base a estadísticas regionales publicadas por el INE en el Anuario de Turismo del año 2003.

Cabe notar, que de las estadísticas del anuario los establecimientos calificados como hoteles y similares correspondieron a:

- Hotel
- Apart Hotel
- Motel o Cabañas

Por otra parte los establecimientos calificados como Otros correspondieron a :

- Hostal o residencial
- Hostería
- Hospedaje familiar

- Albergue o refugio
- Lodge

Siguiendo los criterios antes descritos, se obtienen los siguientes resultados:

Cuadro 55: Número de establecimientos y capacidad de formas de alojamiento XII región

Características	Hoteles y similares	Otros	Total
Nº de establecimientos	36	154	190
Nº de habitaciones	875	1.508	2.383
Nº de Camas	1.656	3.426	5.082
Nº de pernoctaciones	103.696	5.476	109.172
Grado de ocupación de camas (%)	26,6	32,7	27,0

4 OFERTA INTERIOR Y CONSUMO TURÍSTICO INTERIOR

El elemento fundamental del sistema CST es la confrontación entre el consumo turístico interior y la oferta interior. A partir de esta confrontación es posible realizar los cálculos del valor agregado turístico y del PIB turístico.

Dado que la información de oferta de las actividades características fue estimada para el año 2003, se estimó el consumo turístico interior para dicho año utilizando la metodología de extrapolación descrita en el informe metodológico. La oferta interior total valorada a precios comprador fue comparada, producto por producto, con el consumo turístico interior con el fin de obtener los coeficientes turísticos por actividad, necesarios para el cálculo del PIB turístico.

En el Cuadro 56 se muestra en forma resumida los resultados de la confrontación. A efectos de presentación no se muestra el detalle de las actividades características, sin embargo, es posible acceder a esta información en medios magnéticos.

Cuadro 56: Oferta interior y consumo turístico interior año 2003 (millones de pesos)

Bienes y servicios	Actividades Características		Resto de las Actividades		Importaciones Resto del Mundo		Importaciones Resto del País		Oferta Interior Total	Consumo Turístico Interior
	Oferta	% CTI	Oferta	% CTI	Oferta	% CTI	Oferta	% CTI		
Alimentos	0	0%	1.758	4%	930	44%	7.442	0%	10.129	480
Licores	0	0%	0	0%	2.003	14%	179	0%	2.182	272
Vestuario	0	0%	1.518	5%	19.510	5%	0	0%	21.027	960
Imprenta	0	0%	3.480	2%	3.104	2%	5.031	2%	11.615	238
Combustibles	0	0%	112.803	0%	11.277	0%	0	0%	124.081	605
Otros industria	0	0%	201	100%	3.970	40%	24	39%	4.194	1.795
Comercio	211	48%	114.036	0%	2.203	0%	0	0%	116.450	4.646
Hoteles	13.514	92%	2	0%	0	0%	0	0%	13.516	12.386
Restaurantes	18.423	56%	14	0%	0	0%	0	0%	18.437	10.354
Transporte terrestre	10.444	36%	13.708	0%	1	0%	0	0%	24.153	3.710
Transporte marítimo	4.914	28%	4.438	0%	0	0%	2.822	0%	12.174	1.353
Transporte aéreo	2.413	40%	0	0%	0	0%	9.725	0%	12.138	963
Conexos	643	22%	11.819	0%	0	0%	0	0%	12.462	149
Comunicaciones	154	92%	11.315	3%	626	3%	5.020	4%	17.116	727
Servicios empresariales	1.990	18%	44.420	0%	0	0%	14.311	0%	60.721	359
Propiedad de vivienda	194	100%	29.678	0%	0	0%	0	0%	29.872	194
Servicios esparcimiento	2.237	91%	4.401	30%	0	0%	0	0%	6.639	3.365
Otros servicios	75	92%	8.909	5%	0	0%	0	0%	8.984	531
Productos químicos	0	0%	75.334	0%	2.401	0%	8.193	0%	85.927	236
Maquinaria y equipo	0	0%	747	1%	3.499	1%	53.099	1%	57.345	742
Resto de bienes y servicios	201	0%	623.590	0%	45.612	0%	172.353	0%	841.756	-
Total	55.414	57%	1.062.171	1%	95.134	4%	278.200	0%	1.490.919	44.066

Al estimar los coeficientes de participación del consumo turístico interior por cada producto ofrecido por cada actividad en la economía, resultan los siguientes coeficientes turísticos para las actividades características de turismo y el resto de la economía. Estos coeficientes representan el porcentaje de la producción de cada actividad que es demandado por el turista y permiten, por tanto, tener una medida sobre la importancia relativa que tiene el turismo para cada actividad. Con la aplicación de estos coeficientes es posible obtener el PIB turístico.

Cuadro 57: Coeficientes turísticos por actividad económica

Actividad	Coeficiente turístico
Hoteles	84%
Restaurantes	56%
Transporte Terrestre de pasajeros	35%
Transporte Marítimo de pasajeros	27%
Transporte Aéreo de pasajeros	37%
Agencias de viaje	22%
Alquiler equipo transporte (vehículos)	16%
Segunda vivienda turística	100%
Servicios de esparcimiento	91%
Resto de las actividades	1%

5 PIB TURÍSTICO

El PIB originado por el gasto de consumo del visitante en la región durante el año 2003, alcanzó 21.333 millones de pesos (33 millones de dólares), cifra que representa 3,7% del PIB de la XII región.

Cuadro 58: PIB turístico 2003, millones de pesos.

Actividad	Valor agregado turístico				Total
	Excedente de explotación	Remuneraciones	Impuestos productos	Depreciación	
Hoteles	3.432	2.845	202	1.351	7.829
Segunda vivienda	69	2	13	58	142
Restaurantes	869	2.250	68	65	3.253
Tpte. Terrestre pasajeros	916	863	9	142	1.930
Tpte. Marítimo pasajeros	508	145	2	78	733
Tpte. Aéreo pasajeros	18	225	1	2	246
Agencias viaje	4	63	1	2	70
Alquiler equipo tpte.	32	35	4	31	101
Esparcimiento	375	1.021	14	37	1.448
Resto de las Actividades	972	1.794	52	710	3.529
Valor agregado turístico	7.194	9.245	366	2.476	19.280
(+) Derechos de importación incluidos en consumo turístico					14
(+) IVA incluido en consumo turístico					2.039
PIB Turístico					21.333
Impacto del turismo en el PIB Regional					3,7%

Lo anterior, corresponde el impacto directo que genera el consumo del visitante en el PIB. El impacto indirecto que se genera en el resto de las actividades que no proveen directamente al turista pero que proveen de insumos a las actividades antes detalladas, fue medido utilizando el Modelo Insumo Producto, tal como se señaló en el informe metodológico.

De esta manera, se obtuvo que el impacto indirecto del turismo en el PIB regional alcanza 19.595 millones de pesos, los cuales representan 3,4% del PIB Total. Este impacto indirecto se distribuye entre sectores como la industria, los productos agrícolas y de la pesca, el transporte y los sectores de servicios que proveen a las actividades que están en contacto directo con el turista, ver Cuadro 59.

Cuadro 59: Sectores entre los que se distribuye el impacto indirecto del turismo en el PIB

Actividad	Participación en el impacto indirecto
Agricultura, silvicultura y pesca	9%
Industria de alimentos	9%
Industria de bebidas	3%
Resto de la industria	32%
Comercio	1%
Comunicaciones	3%
Construcción	3%
Electricidad, gas y agua	1%
Minería	3%
Transporte aéreo	1%
Transporte marítimo	0%
Transporte terrestre	8%
Servicios conexos de transporte	1%
Servicios de administración pública y propiedad de vivienda	0%
Servicios de esparcimiento	1%
Servicios de hotelería	1%
Servicios de restaurantes	0%
Servicios empresariales	11%
Servicios financieros, seguros e inmobiliarios	10%
Otros servicios diversos	2%
Total	100%

Con lo anterior, el PIB turístico, considerando el impacto directo e indirecto, alcanza 40.928 millones de pesos, los cuales representan 7,2% del PIB total de la Región. Debe notarse que, si se excluye del PIB regional el PIB generado por la producción de Metanol, el impacto total del turismo alcanza 8,2%.

6 INVERSIÓN TURÍSTICA

La inversión turística en el año 2003 fue de 14 mil millones de pesos, de los cuales 75% correspondió a inversión pública que, según definiciones de la OMT, puede ser considerada como turística. Los resultados se muestran a continuación.

Cuadro 60: Inversión Turística Privada (en miles de pesos de cada año)

Clasificación OMT	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Bienes de Equipo para el transporte de Pasajeros Carretera y Ferrocarril	0	0	0	0	22.500	0	0	0
Bienes de Equipo para el transporte de Pasajeros Marítimos	247.362	224.331	85.154	102.939	1.662.759	624.519	883.978	284.648
Construcción de Infraestructuras para Transporte de Pasajeros por Aire	0	0	0	508.780	0	3.809.640	688.940	0
Construcción de Infraestructuras para Transporte de Pasajeros por Mar	0	0	0	0	0	0	713.227	2.120.520
Construcción para Actividades Deportivas, Recreativas y de Entretenimiento	0	0	0	0	0	0	792.201	215.508
Hoteles y Otros Alojamientos Colectivos	709.104	578.648	422.868	158.827	593.051	1.295.392	488.530	1.050.722
Maquinaria y Bienes de Equipo	0	0	0	0	276.405	0	0	0
Restaurantes y Locales Similares	0	0	0	0	177.374	438.566	0	205
Total general	956.466	802.979	508.022	770.546	2.732.089	6.168.118	3.566.875	3.671.604

Cuadro 61: Inversión Turística Pública (en miles de pesos de cada año)

Clasificación OMT	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Construcciones para Actividades Deportivas, de Recreo y de Ocio	5.850	16.101	57.441	112.282	171.071	98.152	66.617	99.589
Edificios e Infraestructuras para el Transporte de Viajeros por Tierra, Mar y Aire	11.130.039	11.829.169	14.088.389	15.530.300	17.616.565	11.030.228	11.002.090	10.919.342
Edificios para Actividades Culturales o Similares	485	21.119	200	58.730	86.769	5.566	98.485	0
Maquinaria y Bienes de Equipo	0	4.946	4.600	0	2.439	0	500	14.378
Otras Construcciones y Estructuras	9.771	0	400	13.491	33.495	13.555	131.691	0
Total general	11.146.145	11.871.335	14.151.030	15.714.803	17.910.339	11.147.501	11.299.383	11.033.309