

“SISTEMA DE SEGUIMIENTO DE POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO”

DISEÑO PRELIMINAR

Diciembre de 2010

Índice

1.	Introducción	3
2.	Metodología en torno a Indicadores	4
2.1.	Indicadores de desarrollo	5
2.2.	Indicadores de logro	5
2.3.	Evaluación de resultados e impacto	5
3.	Sistema de información	8
3.1.	Base de datos	8
3.2.	Desarrollo de Herramientas	8
4.	Propuesta de Indicadores para el Seguimiento de la Política	11
4.1.	Indicadores de desarrollo	12
4.2.	Indicadores de logro	15
5.	Metodología Sistema de Seguimiento	18
5.1.	Indicadores de desarrollo	19
5.2.	Sistema de información actual	22
5.3.	Información primaria a recolectar	24
5.4.	Indicadores de logro de objetivos	27
	Anexos	30

1 Introducción

Los sistemas de seguimiento y evaluación suponen una de las etapas más sensibles en la gestión de programas y políticas públicas, que permita usar información y datos en el reajuste de las políticas. Sólo será posible hacer más eficiente y eficaz la aplicación de los recursos públicos mediante la utilización de los resultados de la evaluación y el seguimiento para mejorar los resultados de las políticas.

A partir de la Política Regional de Turismo, aprobada por el Consejo Regional de Aysén, en diciembre de 2009, se ha generado un plan plurianual de inversiones que aporte al cumplimiento de las metas establecidas por el instrumento de planificación, después de la discusión realizada con el sector privado¹. El proceso de construcción de este plan también ha considerado la participación de los actores públicos y privados relacionados al sector².

Este plan considera una serie de iniciativas que puedan ser concretadas en programas y proyectos que puedan ser financiados por distintas fuentes públicas y privadas. La mejor manera de cautelar los recursos públicos es contar con un sistema de seguimiento y evaluación que permita chequear el aporte a las metas de la Política y generar ajustes a ésta cuando sea necesario.

Para asegurar el éxito en el cumplimiento del objetivo y metas trazadas, la Política Regional de Turismo debe ser lo suficientemente flexible en su implementación, por lo que se hace necesario monitorear sus logros e impactos a través de un sistema de seguimiento y evaluación que permita efectuar las correcciones que ameriten dependiendo de las señales que aporten los indicadores y las variaciones del entorno y del mercado.

Para evaluar el impacto de la Política sobre el desarrollo turístico en la Región de Aysén, se hace imprescindible contar con una gama de indicadores de desarrollo y de logro que se levanten en forma sistemática y periódica, concentrándose en estimar cambios en los estándares de calidad de los productos y servicios, en función a los recursos utilizados.

Este documento propone, para cada indicador, un sistema de seguimiento que permita conocer el avance y visualizar el nivel de acercamiento a las metas trazadas, para que, en caso de ser necesario, se puedan tomar oportunamente, las medidas preventivas que permitan asegurar el logro de tales metas.

Uno de los objetivos de la construcción del sistema de seguimiento de la Política Regional de Turismo fue la instauración de un proceso continuado de acompañamiento del rendimiento de los programas asociados a ella, respecto al aporte de sus objetivos. Los resultados pueden medirse con indicadores producidos regularmente sobre la base de diversas fuentes de datos y ofrecidos en línea (www.chileindica.cl).

Una característica del sistema de seguimiento es que debe ser simple y concreto. Antes de su elaboración, fue necesario establecer una serie de definiciones referentes a los procedimientos de recogida de datos y fuentes utilizadas. El sistema exigió la estructuración de una base de datos, la construcción de indicadores de los programas y el desarrollo de herramientas de información para el tratamiento de la información, como veremos a continuación, para finalmente realizar la evaluación de acuerdo al seguimiento realizado.

¹ Directorio Público Privado de Turismo mandató a dos integrantes para el trabajo final de estas metas.

² Directorio Público Privado de Turismo constituyó una mesa de trabajo o comité, de entre sus integrantes, para la construcción del plan.

2 Metodología en torno a indicadores

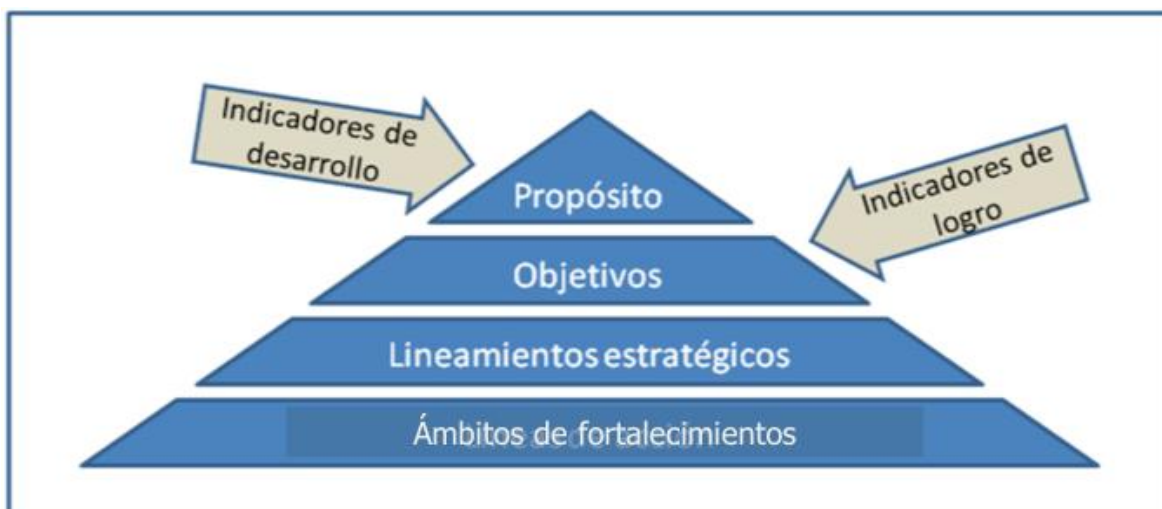
Uno de los fundamentos del uso de indicadores es que el proceso o fenómeno en sí no es posible de medir directamente, ya sea porque tiene muchas dimensiones o interpretaciones (por ejemplo "crecimiento") o por que la información necesaria para medirlo con precisión es excesiva o difícil de obtener (por ejemplo salud). Entonces, se busca aquellos que, a juicio de los y las interesados (as) o expertos (as), reflejan de mejor manera el verdadero fenómeno o proceso a medir. Por lo tanto, como no existe el "indicador ideal" la batería de indicadores existentes o posibles de desarrollar es infinita.

Sin embargo, a lo largo del tiempo, en los diferentes sectores industriales, y el turismo no es una excepción, se van instalando indicadores que se utilizan con mayor frecuencia, debido a que son fáciles de generar, reflejan procesos de interés y cambian de acuerdo al efecto de las intervenciones. En lo que sigue, se presenta un conjunto de indicadores que se utilizan con cierta frecuencia o que podrían ser utilizados en el turismo. Para sistematizar su presentación y análisis, se presentan en función de una matriz que reflejan el ámbito y la dimensión en que son pertinentes.

La forma como se propone organizar los indicadores será en base a dos dimensiones. En primer lugar, en relación al nivel en el cual se mide, ya sea éste la empresa o la región (conjunto de empresas). En segundo lugar, de acuerdo al ámbito en los cuales estos se dan ya sea este técnico, económico, social, ambiental u organizacional (industrial). De esta forma se identifican 10 conjuntos de indicadores para los 5 ámbitos y los 2 niveles.

El número y grados de sofisticación de indicadores que se puede utilizar para evaluar una política turística hace indispensable definir un conjunto acotado de indicadores que den cuenta de los cambios más importantes que deben ser monitoreados. Un elemento tomado en cuenta al definir indicadores en el contexto del desarrollo turístico de la región de Aysén es la estructura de la propuesta de política, la cual tiene un propósito del cual se desprenden un objetivo y lineamientos estratégicos.

Por ello los indicadores deben poder reflejar los cambios agregados en el sector, como reflejo del desarrollo turístico de la región de Aysén y que se hacen cargo del propósito, y, por otro lado, los cambios más específicos producidos por los lineamientos estratégico reflejo del logro del objetivo de la política. A los primeros los denominaremos indicadores de desarrollo, y al de los segundos indicadores de logros.



2.1 Indicadores de desarrollo³

Tal como indican Glave y Escobal (2000) los indicadores deben ser apropiados para evaluar los cambios producidos por políticas. En otras palabras, los indicadores deben concentrarse en estimar cambios en el valor de la producción y en la cantidad de producto obtenido en función a los recursos utilizados. Secundariamente, parece importante contar con indicadores que reflejen los impactos más importantes a nivel social, organizacional y ambiental.

2.2 Indicadores de logro

Este segundo conjunto de indicadores se vinculan más directamente a las acciones de política propiamente tal, es decir a los resultados específicos de cada programa o proyecto. Estos indicadores de logro servirán de complemento a la evaluación del resultado e impacto de las políticas.

2.3 Evaluación de resultados e impacto

La evaluación corresponde a un proceso de primera importancia en todo proceso ya que permite contrastar los niveles de logro obtenido con respecto a los planificados. Como tal completa el ciclo formado por la planificación y la implementación. La evaluación no sólo tiene como propósito determinar si el proceso fue eficiente, ya que indica si los recursos utilizados permitieron alcanzar los logros deseados, sino también saber si se está avanzando en la dirección correcta. Si no es así se podrán tomar a tiempo las medidas correctivas.

³ Indudablemente el ideal teórico es contar con un único indicador para evaluar el impacto de las políticas sobre el desarrollo turístico en la región de Aysén, pero la complejidad del sector y la variedad de intervenciones posibles, hace imposible siquiera pensar en esta posibilidad. Creemos que en este caso el número no debiera ser mayor que diez, lo que ya es un número alto. El motivo de este limitado número es la dificultad de interpretar los resultados y la posibilidad (certeza) de que se encontrará resultados contradictorios, que pueden afectar la toma de decisión respecto de las políticas. ¿Cómo se enfrentarán los resultados y la toma de decisión, si los resultados indican que un indicador mejoró y otro empeoró? A modo de ejemplo, la retención de vaquillas baja la tasa de retención, lo que sería interpretado como un efecto negativo. O si en vez de enviar terneros al norte se engordan los novillos en la zona, en cuyo caso mejora el indicador de producto pero empeora el indicador de extracción.



Dado que la implementación de cualquier plan, proyecto o política tiene efectos en múltiples niveles, la evaluación deberá ser capaz de dar cuenta de esta diversidad, de forma de lograr una buena imagen de lo que se está logrando. El problema es que es imposible evaluar la totalidad de los impactos o resultados, ya que la evaluación consume recursos y tiempo. Por ello primer desafío es determinar cuáles serán los aspectos que deben ser evaluados y cuales serán dejados de lado. Se debe tener presente que la evaluación debe concentrarse sólo en los aspectos más importantes de la intervención, ya que una evaluación demasiado ambiciosa, puede lograr efectos indeseados. Entre ellos pérdida de interés en la evaluación, pérdida de foco en lo que se desea lograr y altos costos de monitoreo.

Un segundo desafío de la evaluación es identificar la mejor forma de medir el cambio en la situación. Sólo a modo de ejemplo, el objetivo de una política puede ser mejorar la calidad de vida de los actores del turismo. Pero ¿cómo se mide la calidad de vida? Nuevamente hay dos dificultades. Por un lado son demasiados los factores que determinan la calidad de vida y por otro lado cada persona entiende por calidad de vida algo diferente. Para unos puede ser tener tiempo libre y para otros tener bienes. Para levantar este problema se utilizan los llamados indicadores. Estos son variables relativamente fáciles de medir y que se relacionan de alguna forma con la dimensión que realmente deseamos conocer, pero que por sus múltiples dimensiones o definiciones es imposible de evaluar.

El tercer desafío es avanzar lo más posible en la evaluación de los efectos que producen las políticas. El propósito de la Política de Turismo es "Posicionar a la región de Aysén como un destino turístico remoto de clase mundial..." lo que se logrará a través de "Promover el desarrollo turístico, a través de la puesta en valor turístico...". Para lograr esto último se podrá ejecutar las más diversas acciones, tales como capacitar, financiar o invertir en un conjunto de actividades. En este contexto, y utilizando punto de partida el marco de la evaluación desarrollado por C. Bennett en el Departamento de Agricultura de EEUU en la década del ochenta (Reflective Appraisal of Programs, 1982), se puede evaluar en diferentes niveles, los que involucran desde los recursos utilizados hasta los cambios de largo plazo que se verifican en las personas para las cuales se han implementado las políticas. En este modelo, modificado para hacerlo más pertinente a Políticas de Turismo, se identifican 7 niveles de evaluación del efecto de las políticas.

El nivel más básico corresponde a la evaluación de los *recursos utilizados* en la implementación de las políticas. En otras palabras se mide la ejecución del presupuesto, tanto en términos de cantidad como de oportunidad. El segundo nivel mide las *actividades realizadas*, es decir en que se utilizaron los recursos, dando una idea sobre los cambios que podrían esperarse. Ambas constituyen las formas más simples y fáciles de evaluación, ya que sólo implica medir el gasto y la realización de actividades, contrastándolas con el presupuesto y el plan de actividades. La

facilidad de evaluar y controlar los recursos hace que sea la forma de evaluación más utilizada. Sin embargo, ninguna de estas evaluaciones da cuenta de los resultados de la intervención, ya que tanto los recursos como las actividades podrían tener un nulo efecto en el desarrollo de la industria turística.



Fuente: Adaptado de Bennett, 1975⁴

Por ello es necesario avanzar hacia los niveles 3 a 6, que evalúan los resultados de la intervención, entendiendo que ellos son cambios en el mediano plazo en las actitudes o en la forma de hacer las cosas o de producir. Por lo tanto los resultados sí dan cuenta de los cambios buscados. Ello se logra midiendo en primer lugar la participación (nivel 3), que da indicación sobre el nivel de compromiso y con ello de actitudes frente a las políticas o programas. Aquí se mide, por ejemplo, cuantas personas participan de las actividades, dando una visión de la cobertura o intensidad de la intervención. En el nivel 4 se mide la respuesta frente a esta participación, es decir cambios en la forma de hacer las cosas o en cuál es la respuesta directa de las actividades sobre la producción. En este caso se miden grados de satisfacción o cambios en la productividad a nivel primario. En el caso de políticas que inciden sobre el capital humano se dan otros dos niveles de suma importancia. El nivel 5 que mide el efecto sobre las competencias, es decir la capacidad de las personas de realizar autónomamente determinadas acciones, lo que implica contar con los conocimientos, habilidades, actitudes y aspiraciones necesarias. El nivel 6 mide la adopción, es decir la aplicación práctica y autónoma de lo aprendido.

El nivel último de evaluación es denominado de impacto, ya que mide los cambios de largo plazo en las prácticas productivas y, que por lo tanto, reflejan el efecto de la política o programa sobre el desarrollo turístico en la región. Es el más importante desde la perspectiva de las políticas, ya que refleja los cambios en el largo plazo en las dimensiones sociales, económicas o ambientales que se derivan de la mantención de los resultados una vez que la política está en régimen o el programa ya no está en operación. Aunque una definición más estricta de impacto debería medir el impacto sobre el propósito final del conjunto de políticas, esto es "Incrementar el bienestar y la calidad de vida de todos los actores regionales", hemos preferido aplicar una visión más acotada pero más factible de implementar. La dificultad nace, como ya se mencionó, del gran esfuerzo que implica identificar indicadores comprensivos de bienestar, conseguir datos para medir el cambio en este indicador y, por sobre todo, construir un modelo de análisis que permita aislar del cambio observado en el indicador, el efecto que tienen otros factores⁵.

⁴ Bennett, C. (1975). Up the hierarchy. Journal of Extension, p. 7-12, V XIII, March-April.

⁵ Existen innumerables otros factores que junto a las políticas de turismo pueden mejorar (o empeorar) la calidad de vida de las personas. Para aislar estos efectos se requiere de complejos modelos econométricos que tomen en cuenta la presencia de otros

3 Sistemas de Información

Los sistemas de información requieren de una organización apropiada de sus bases de datos y del desarrollo de herramientas de administración y sistematización.

3.1 Organización de la Base de Datos

La principal materia prima de un sistema de seguimiento de una política regional de un sector productivo son los datos operacionales de los programas y de instancias de control estadístico. Los primeros no se producen sólo internamente en ambas divisiones del Gobierno Regional que desarrollan acciones a partir de proyectos y programas de inversión, sino también externamente, en otros ministerios, municipalidades, así como en asociaciones de la sociedad civil (Territorios Emprende, Consejos de Desarrollo, Cámaras y Asociaciones Gremiales).

Dado que el sector turismo cuenta con escasa información confiable y cada programa o proyecto presenta datos de indicadores que no se integran entre sí, resultó necesario localizar los programas de turismo o relacionados a éste, en marcha, procedentes de otras instituciones, así como los sistemas de información que daban apoyo tecnológico a esos programas.

El primer paso para realizar esa recopilación de información consistió en verificar qué programas estaban en ejecución y las instituciones ejecutantes (Anexo 1). Posteriormente, se sumaron las iniciativas del Plan Plurianual de Inversiones, que se encuentran actualmente en proceso de revisión por el Directorio Público Privado de Turismo (Anexo 2). Con esta información, más el trabajo realizado en el estudio “Diseño de una Política Regional de Turismo, considerando los factores críticos para el desarrollo económico” (2009) se pudo validar la construcción de indicadores.

3.2 Desarrollo de Herramientas

El segundo paso consistió en identificar qué herramientas y sistemas de información existían en el Gobierno Regional. Como resultado, se identificaron 3 sistemas de información diferentes: el BIP, Circular 33 y Chile Indica. Sin embargo, se observó una falencia en el seguimiento técnico, relacionado al cumplimiento de objetivos, más allá del seguimiento financiero, en la mayor parte de los casos.

3.2.1 Banco Integrado de Proyectos

El Banco Integrado de Proyectos (BIP) es un sistema de información destinado a apoyar la gestión de inversión pública mediante el registro de los proyectos, programas y estudios básicos que anualmente solicitan financiamiento (Ficha IDI).

El sistema tiene como unidad conceptual a la iniciativa de inversión en función de su ciclo de vida, dando seguimiento a las distintas etapas del proceso durante el año presupuestario: ingreso de las iniciativas, registro de su ingreso en el Sistema Nacional de Inversiones, Admisibilidad, análisis y recomendación técnico económica, creación de asignaciones y su ejecución física-financiera.

factores, tales como clima, crecimiento económico, cambios en la demanda, sesgo de selección (el hecho que los participantes de un programa sean diferentes a los que no participan de él), etc.

Junto con procesar y controlar el financiamiento de la inversión pública, el BIP entrega información de diversa naturaleza para las actividades de control operacional o de análisis de gestión.

Operativamente el Banco Integrado de Proyectos se presenta a los usuarios en tres tipos de formato, las que se pueden apreciar fácilmente en la parte superior de la página inicial del sistema, donde se despliegan las opciones de ingreso: Consulta, Trabajo y Gestión.

- 4 BIP de Trabajo: Permite a los usuarios del Sector Público, previamente registrados como tales, consultar, ingresar o modificar la información de sus iniciativas de inversión de acuerdo con las atribuciones de cada institución respecto del ámbito regional, sectorial, institucional o etapas del proceso.
- 4 BIP de Consulta: Sin necesidad de clave cualquier persona puede acceder a la ficha IDI de cualquier proyecto bajo una opción de búsqueda personalizada.
- 4 BIP de Gestión: Es un conjunto de herramientas a las cuales tienen acceso los usuarios del BIP de Trabajo, posibilitando extraer información del proceso vigente o de procesos históricos directamente desde la base de datos, para apoyar las tareas de análisis y control del proceso de inversión pública (la información tiene un desfase de 24 horas).

3.2.2 Circular 33

Este sistema lleva el seguimiento financiero de los proyectos financiados por FNDR a través de la Circular 33. Los proyectos que se financian por esta vía son:

- 4 Estudios propios del giro institucional: aquellos que no generen nuevas ideas de iniciativas de inversión.
- 4 Activos no financieros:
 - o Edificios: arrendar o comprar.
 - o Vehículos: para instituciones que requieren vehículos para cumplir funciones operativas, tales como, Gendarmería, Carabineros, Investigaciones, Salud, Fuerzas Armadas y para instituciones que requieren vehículos para cumplir funciones administrativas.
 - o Máquinas y Equipos: comprar o arrendar
 - o Equipos informáticos: corresponde a equipos computacionales y periféricos y equipos de comunicaciones para redes informáticas.
 - o Programas Informáticos: pueden referirse a programas computacionales o a sistemas de información.
- 4 Gastos producidos por situaciones de emergencia producto de desastres naturales o provocadas por el hombre.
- 4 Conservación (mantenimiento) de infraestructura pública: esto incluye aquellas obras de reposición de pavimentos y obras anexas, que no afectan la capacidad ni la geometría de la vía, y las "reparaciones menores", correspondientes a aquellas intervenciones cuyo costo total sea menor o igual al 30% del costo total de reponer el activo.

3.2.3 Chile indica

Chile Indica es una herramienta informatizada, que permite ordenar adecuadamente el flujo de los datos entre las diferentes instituciones del nivel regional y central. Al existir una forma única

de ingreso de datos, se mejora la capacidad de análisis de la intervención que hace el gobierno en el territorio.

Chile Indica opera vía Internet, recogiendo la información acerca de la gestión de los Servicios Públicos en el territorio, posibilitando que los Gobiernos Regionales, los Ministerios del nivel Central y la ciudadanía en general, cuenten con información acerca de la intervención que se hace en el territorio de manera transparente, oportuna, y actualizada. Igualmente, que tengan la posibilidad de bajar esta información de la red por medio de reportes, mapas o bases de datos.

Permite manejar bases de datos acerca de la gestión de los servicios en el territorio y -frente al usuario que hace determinadas consultas al sistema vía Internet- presentar estos datos con la ayuda de mapas digitales.

4 Propuesta de Indicadores para el Seguimiento de la Política

La construcción de indicadores de seguimiento y evaluación de las políticas y programas de desarrollo turístico se hizo a partir de la recogida de datos primarios relativos a las posibles soluciones planteadas por los actores relevantes ante la serie de problemas identificados.

El hecho de que los datos primarios sean alimentados por fuentes tan diversas y sobre las que a menudo el Gobierno Regional no tiene control alguno, supone uno de los puntos críticos de la producción de indicadores fiables, una condición necesaria para que el seguimiento y la evaluación se hagan de forma efectiva.

La definición de indicadores requiere una gran claridad sobre los objetivos y la lógica de cada programa. Estos programas deben contribuir a mejorar alguno de los ámbitos de fortalecimiento de la Política Regional de Turismo, de modo de conocer su real aporte a las metas.

Siempre se puede calcular un número excesivamente grande de indicadores, aunque no siempre conseguirán expresar los fenómenos o las condiciones más significativas para el programa. Los datos también deben producirse con periodicidad y agregación definidas, para que los indicadores puedan compararse. Los indicadores se definieron atendiendo a los atributos siguientes:

- a) Validez: capacidad del indicador para medir el fenómeno que se pretende medir;
- b) Fiabilidad: calidad de los datos que sirven de base para el cálculo del indicador;
- c) Sensibilidad: debe ser lo suficientemente sensible para captar el atributo que se pretende captar respecto a las personas o fenómenos;
- d) Desagregación: nivel territorial al que se refiere el indicador, aplicación de enfoque de género y etéreo cuando corresponda;
- e) Periodicidad: intervalo de tiempo en que se actualiza el indicador, que depende a su vez de la periodicidad con que se registran los datos brutos en la base de datos original.

Fue necesario preparar una base de datos con indicadores del objetivo de la Política Regional de Turismo (Anexo 3), indicadores para los lineamientos estratégicos (Anexo 4) e indicadores para los ámbitos de fortalecimiento (Anexo 5), tomados desde el Estudio "Diseño de una Propuesta de Política Regional de Turismo, considerando los Factores Críticos para el Desarrollo Económico", los que fueron adaptados e ingresados en una plantilla con las siguientes dimensiones:

- a) Ámbito de fortalecimiento
- b) Indicador
- c) Descripción
- d) Tipo y nivel de agregación: nivel territorial sobre el que informa el dato (como por ejemplo localidad, comuna, provincia, región, etc.), distinción por sexo y grupo etéreo.
- e) Clasificación:
 - a. Resultado: mide directamente el grado de eficacia o el impacto sobre la población. Son los más relacionados con las finalidades y las misiones de las políticas públicas. También llamado Indicador de Objetivos, de Impacto, de Efectividad o de Satisfacción.
 - b. Proceso: valora aspectos relacionados con las actividades. Hacen referencia a mediciones sobre la eficacia del proceso. Habitualmente relacionan medidas sobre tiempos de ciclo, porcentaje de errores o índice de colas.

- c. Estructura: mide aspectos relacionados con el coste y la utilización de recursos. En general miden la disponibilidad o consumo de recursos.
- f) Periodicidad: intervalo de tiempo en que se genera el dato y se introduce en el sistema de información, como por ejemplo mensual, bimestral o anual;
- g) Unidad de referencia: unidad sobre la que informa el dato, como por ejemplo beneficiario, empresas, agrupación gremial, etc.
- h) Fuente: sistema de información que creó el dato recibido, como por ejemplo el BIP, etc.

Los indicadores fueron validados por el Directorio Público Privado de Turismo, donde participan los servicios públicos relacionados como SERNATUR, CORFO, SERCOTEC, INDAP y ProChile, a través de la participación de dos integrantes mandatados, durante el año 2009, en una comisión *ad-hoc*.

En el presente documento, se han relevado algunos indicadores para hacer operativo el sistema de seguimiento, que se verán en los siguientes subcapítulos.

Para lograr que todos los servicios públicos con programas asociados a la Política Regional de Turismo entreguen la información a través de estos indicadores, es preciso informarles acerca de ellos, de manera que, en lo posible, puedan medir los resultados de sus proyectos a través de estos índices. Sin perjuicio de esto, los indicadores dependerán del marco lógico de los programas y proyectos que se financien.

Del mismo modo, se generará un formato de informe técnico de los proyectos y programas FNDR que debe ser entregado a las unidades técnicas a inicios del año 2011 y se buscará el compromiso de los distintos servicios públicos relacionados, para la entrega de esta información en sus programas y proyectos sectoriales, a través del sistema www.chileindica.cl, con periodicidad predefinida, para calcular los indicadores y la entrada en funcionamiento del sistema de seguimiento.

4.1 Indicadores de desarrollo

El siguiente cuadro resume los indicadores tanto a nivel empresarial como regional:

	Nivel empresarial	Nivel regional
Técnicos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Número de visitantes recibidos/as por empresa 2. Número de paquetes turísticos vendidos por empresa 3. Número de nuevos productos turísticos comercializados por empresa 4. Proporción de turistas satisfechos/as con el destino 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Aumento del número de visitantes a la región 2 Número de empresas con alguna certificación de calidad 3 Proporción de atractivos con productos turísticos asociados a los territorios
Económicos	<ol style="list-style-type: none"> 5. Capacidad hotelera ociosa 6. Valor de las ventas 	<ol style="list-style-type: none"> 4 Aumento de Inversión privada 5 Proporción de capacidad ociosa
Sociales	<ol style="list-style-type: none"> 7. Empleos de hombres y mujeres con contrato indefinido. 	<ol style="list-style-type: none"> 6 Hombres y mujeres del sector turismo con competencias certificadas 7 Empleo sectorial con enfoque de

	Nivel empresarial	Nivel regional
		género
Ambientales	8. Número de empresarios/as que realizan actividad turística en alguna ASP	8 Número de ASP con plan de manejo y alguna concesión a privados
Organizacional	9. Cantidad de hombres y mujeres participan activamente en organizaciones focalizadas en el turismo	9 Cantidad de organizaciones focalizadas en el turismo conformes con su articulación con el sector público

4.1.1 Indicadores de desarrollo a nivel regional

- 4 Aumento del número de visitantes a la región:
Descripción: % de aumento de visitantes desde una temporada a la inmediatamente anterior.
Fórmula: $(\text{Número de Visitantes última temporada} - \text{Número de Visitantes temporada anterior}) * 100 / \text{Número de Visitantes temporada anterior}$.
- 4 Número de empresas con alguna certificación de calidad
Descripción: Cantidad de empresas con alguna certificación de calidad, desagregados por propietarios hombres y mujeres.
Fórmula: $\sum \text{Empresas con alguna certificación de calidad}$.
- 4 Proporción de atractivos con productos turísticos asociados a los territorios
Descripción: % Atractivos con productos turísticos asociados a los territorios.
Fórmula: $\text{Total de Atractivos de cada territorio que tengan al menos un producto o servicio turístico asociado} * 100 / \text{Total de Atractivos del Territorio}$
- 4 Aumento de Inversión privada
Descripción: Porcentaje de aumento de inversión privada desagregado en hombres, mujeres y personalidad jurídica, por localidad o comuna y grupo étnico
Fórmula: $(\text{Inversión Privada último año} - \text{Inversión Privada Año anterior}) * 100 / \text{Inversión Privada Año anterior}$
- 4 Proporción de capacidad ociosa
Descripción: Porcentaje de capacidad ociosa desagregado por localidad o comuna
Fórmula: $(\text{Máximo número de pernoctaciones en temporada} - \text{Pernoctaciones efectivas en el 2007}) / \text{Máximo número de pernoctaciones en temporada}$
 Donde:
 Máximo número de pernoctaciones = Máximo número de clientes por día * Número de días de la temporada
 Pernoctaciones efectivas en el 2007 = Total de Clientes recibidos en la temporada * estadia promedio
- 4 Hombres y mujeres del sector turismo con competencias certificadas
Descripción: % RRHH con competencias turísticas certificadas desagregados en hombres y mujeres, por localidad o comuna y grupo étnico
Fórmula: $\text{Total de RRHH con competencias turísticas certificadas} * 100 / \text{Total de RRHH que trabajan con turistas que ingresaron en el año}$

- 4 Empleo sectorial con enfoque de género
Descripción: % RRHH con empleo en el sector turismo desagregados en hombres y mujeres, por localidad o comuna y grupo étnico
Fórmula: Total RRHH con empleo en el sector turismo *100 / Total de RRHH con empleo en la región de Aysén
- 4 Número de ASP con plan de manejo y alguna concesión a privados
Descripción: Cantidad de ASP con plan de manejo y con contrato de concesión
Fórmula: \sum ASP con plan de manejo y con contrato de concesión
- 4 Cantidad de organizaciones focalizadas en el turismo conformes con su articulación con el sector público
Descripción: Número de organizaciones focalizadas en el turismo conformes con su articulación con el sector público, en el nivel local o comunal
Fórmula: \sum Organizaciones focalizadas en el turismo conformes con su articulación con el sector público
- 4.1.2 Indicadores de desarrollo a nivel empresarial
- 4 Número de visitantes recibidos/as por empresa
Descripción: Cantidad de visitantes recibidos en la temporada, por cada empresa, desagregados en hombres y mujeres, por país y ciudad y por grupo étnico.
Fórmula: \sum visitantes recibidos en la temporada.
- 4 Número de paquetes turísticos vendidos por empresa
Descripción: Cantidad de paquetes turísticos vendidos en la temporada por cada empresa.
Fórmula: \sum paquetes turísticos vendidos en la temporada.
- 4 Número de nuevos productos turísticos comercializados por empresa
Descripción: Cantidad de nuevos productos turísticos comercializados en la temporada por cada empresa.
Fórmula: \sum paquetes turísticos vendidos en la temporada por cada empresa.
- 4 Proporción de turistas satisfechos/as con el destino
Descripción: % turistas se expresan satisfechos del Destino Aysén, desagregados en hombres y mujeres, por país o ciudad y por grupo étnico.
Fórmula: Turistas expresan satisfacción en el 70% de los criterios consultados/as * 100 / Turistas consultados/as
- 4 Capacidad hotelera ociosa de cada empresa
Descripción: Porcentaje de capacidad ociosa de cada empresa
Fórmula: Capacidad Ociosa = (Máximo número de pernoctaciones de cada empresa en temporada – Pernoctaciones efectivas dentro de la temporada) * 100 / Máximo número de pernoctaciones en temporada
 Donde:
 Máximo Número de Pernoctaciones = Máximo número de clientes por día * Número de días de la temporada
 Pernoctaciones efectivas en la temporada = Total de Clientes recibidos en la temporada * estadía promedio
- 4 Valor de las ventas de cada empresa
Descripción: Monto de las ventas en materia turística en la temporada
Fórmula: \sum ventas en \$ en servicios turísticos en la temporada

- 4 Empleos de hombres y mujeres con distintos tipos de contrato
Descripción: Número de empleos de cada empresa en la temporada, desagregado en hombres y mujeres, y tipo de contrato (indefinido, anual, part time).
Fórmula: Σ empleos de cada empresa en la temporada
- 4 Número de empresarios/as que realizan actividad turísticas en alguna ASP
Descripción: Número de empresarios/as que realizan actividad turística en alguna ASP, desagregado en hombres y mujeres, y, con o sin concesión.
Fórmula: Σ empresarios/as que realizan actividad turística en alguna ASP.
- 4 Cantidad de hombres y mujeres participan activamente en organizaciones focalizadas en el turismo
Descripción: Número de actores del turismo que participan activamente en organizaciones focalizadas en el turismo, desagregado en hombres y mujeres, localidad o comuna y grupo étnico.
Fórmula: Σ actores del turismo que figuran como socios/as activos/as en las organizaciones del turismo.

4.2 Indicadores de logro

Este conjunto de indicadores se vinculan más directamente a las acciones de política propiamente tal, es decir a los resultados específicos de cada programa o proyecto. Estos indicadores de logro servirán de complemento a la evaluación del resultado e impacto de las políticas; en algunos casos estos indicadores han sido incluidos, a nivel regional, en los indicadores de desarrollo.

4.2.1 Indicadores del valor turístico de los recursos regionales

Corresponde a los indicadores del lineamiento estratégico “Poner en valor turístico los recursos naturales y culturales de la Región de Aysén, considerando las particularidades de los territorios que la componen”:

- 4 Proporción de la inversión en infraestructura y equipamiento público que contiene elementos que crean valor turístico para el territorio, incluyendo áreas silvestres protegidas.
Descripción: % Proyectos de Inversión en Infraestructura y equipamiento público que contiene elementos que crean valor turístico para el territorio
Fórmula: $\frac{\text{Proyectos de Inversión en Infraestructura y equipamiento público que contiene elementos que crean valor turístico para el territorio} * 100}{\text{Proyectos de inversión en infraestructura y equipamiento público}}$
- 4 Disponibilidad de productos/servicios turísticos que conforman la oferta territorial privada.
Descripción: Cantidad de productos/servicios turísticos ofertados por las empresas regionales.
Fórmula: Σ Productos (o servicios) turísticos ofrecidos por los empresarios de cada territorio.
- 4 Proporción del empresariado que ha tenido ingresos producto de las actividades culturales realizadas en su territorio.
Descripción: % empresarios/as que han tenido ingresos producto de las actividades culturales realizadas en su territorio, desagregado en hombres, mujeres y personalidad jurídica, por localidad o comuna y por grupo étnico

Fórmula: Total empresarios/as encuestados/as que han tenido ingresos producto de actividades culturales de su territorio * 100 / Total de empresarios/as encuestados/as en el territorio

- 4 Proporción de reclamos recibidos por SERNAC y SERNATUR relacionados con servicios turísticos, que hayan sido gestionados.

Descripción: % de reclamos recibidos por SERNAC y SERNATUR relacionados con servicios turísticos, que hayan sido gestionados, desagregados en hombres y mujeres, por localidad o comuna y grupo étnico.

Fórmula: \sum (Acciones realizadas de reparación y/o mejora, producto de reclamos recibidos por SERNAC y SERNATUR relacionados con servicios turísticos) * 100 / Número de reclamos.

4.2.2 Indicadores de demanda de turismo de intereses especiales.

Corresponde a los indicadores del lineamiento estratégico “Aumentar la demanda turística apuntando a los grupos objetivos de turismo de intereses especiales”:

- 4 Cantidad de mercados en los que se ha logrado posicionamiento.

Descripción: Número de mercados en los que se ha logrado posicionamiento

Fórmula: \sum Mercados diferentes de donde provienen los turistas

- 4 Cantidad de turistas que ingresan, separados por procedencia, género, grupo étnico, actividad que vienen a realizar, destinos patagónicos visitados o por visitar en el mismo viaje.

Descripción: Número de turistas que ingresan separados por procedencia, género, grupo étnico, actividad que vienen a realizar, destinos patagónicos visitados o por visitar en el mismo viaje.

Fórmula: \sum Turistas que ingresan a la región por sus diferentes accesos en el año

- 4 Cantidad de nichos de mercados nuevos o potenciados que han traído turistas.

Descripción: Número de nichos de mercados nuevos o potenciados que han traído turistas

Fórmula: \sum nichos de mercado nuevos o potenciados que han traído turistas

- 4 Proporción de turistas que han venido a Aysén y a otro destino patagónico.

Descripción: % de turistas que han venido a Aysén y a otro destino patagónico, desagregado en hombres y mujeres, localidad o comuna (tanto aysenina como magallánica o argentina) y grupo étnico

Fórmula: Total de turistas que han venido a Aysén y a otro destino patagónico *100 / Total de turistas que ingresaron el año anterior

- 4 Cantidad de encadenamientos entre empresas Ayseninas y otras de la Patagonia.

Descripción: Número de encadenamientos entre empresas Ayseninas y otras de la Patagonia

Fórmula: \sum empresas que ofrecen paquetes turísticos en combinación con otras de la Patagonia

- 4 Proporción de los turistas recibidos por Aysén en temporada de invierno.

Descripción: % Turistas recibidos en temporada de Invierno

Fórmula: Total de turistas que han venido a Aysén en temporada de Invierno * 100 / Total de turistas que ingresaron en el año

4.2.3 Indicadores de competitividad de las empresas del sector turismo

Corresponde a los indicadores del lineamiento estratégico “Mejorar la competitividad de las empresas del sector turismo”:

- 4 Cobertura de RRHH con competencias turísticas
Descripción: % RRHH con competencias turísticas certificadas, desagregado en hombres y mujeres, por localidad o comuna y por grupo étnico
Fórmula: Total de RRHH con competencias turísticas certificadas * 100 / Total de RRHH que trabajan con turistas que ingresaron en el año
- 4 Cantidad de empresas con alguna certificación de calidad
Descripción: Cantidad de empresas con alguna certificación de calidad, desagregada en hombres, mujeres y persona jurídica, por grupo étnico de el/la propietario/a y/o antigüedad de la empresa y por localidad o comuna
Fórmula: \sum Empresas con alguna certificación de calidad
- 4 Cantidad de organizaciones focalizadas en el turismo conformes con su articulación con el sector público
Descripción: Número de organizaciones focalizadas en el turismo conformes con su articulación con el sector público
Fórmula: \sum Organizaciones focalizadas en el turismo conformes con su articulación con el sector público
- 4 Cantidad de hombres y mujeres participan activamente en organizaciones focalizadas en el turismo
Descripción: Número de personas participan activamente en organizaciones focalizadas en el turismo, desagregadas en hombres y mujeres, grupo étnico y localidad o comuna.
Fórmula: \sum Personas participan en más del 70% de las reuniones formales de las organizaciones focalizadas en el turismo

5 Metodología Sistema de Seguimiento

Desde una perspectiva teórica pura, la evaluación de impacto necesariamente implica la comparación de los cambios observados en un escenario intervenido (lo factual) con los cambios observados en un escenario sin intervención (lo contra-factual). Sólo de esta forma es posible demostrar que los cambios observados son, verdaderamente, resultado de la intervención. En otras palabras se debe comparar el cambio observado en un sujeto que ha sido afectado por una política con el cambio observado en alguien que no fue sujeto a ella. Sin embargo esta comparación además debe cumplir algunas condiciones:

- 4 Método de comparación: con o sin línea base, y explicar en cada caso de dónde se obtiene.
- 4 Sujetos a evaluar: sector o participantes de las acciones.
- 4 Periodicidad del seguimiento: en períodos de tiempo o asociados a acciones.
- 4 Desagregación:
- 4 Medio de verificación: corresponde a los instrumentos que comprueban los datos que alimentan el indicador.
- 4 Metas: ya sea regionales, comunales o locales: permiten evaluar año a año el resultado que aportan planes, programas y gestiones a las comunas, de manera de ir superando brechas territoriales.

Dado que la propuesta de indicadores plantea dos niveles, de desarrollo y de logro, la estrategia de seguimiento también debe dar cuenta de esta distinción. Los indicadores de desarrollo dan cuenta de cambios de más largo plazo y que se desencadenan por la ejecución de uno o más proyectos o programas haciéndose cargo del propósito de la política. Por ello es necesario evaluarlos en intervalos más largos y requieren de un punto de partida (línea base) con los cuales compararlos. En cambio, los indicadores de logro se pueden vincular directamente a la ejecución de un programa o proyecto en particular. Por lo mismo, se pueden evaluar casi simultáneamente con la ejecución de la política y no siempre requieren de la existencia de una línea base. Una tercera diferencia, es que los de desarrollo evalúan al sector en general y los de logro pueden evaluar a los individuos o empresas que participan de la acción a evaluar.

En aquellos indicadores donde los valores surgen de fuentes que los generan permanentemente, este seguimiento consistirá en solicitarlos a la fuente correspondiente y compararlo con la meta correspondiente al período. En el caso de indicadores nuevos o cuyos valores no se habían medido antes de la implementación de la Política Regional de Turismo, se aplicarán encuestas que permitan verificar el cumplimiento y eficacia de las acciones planificadas para implementar el correspondiente lineamiento estratégico; esto se realizará a través del Observatorio Turístico, tema que será abordado en el subcapítulo 5.2.

Para recoger y procesar datos y ofrecer información en diversos formatos de acuerdo con el tipo de programa que se desee observar, es preciso que el Gobierno Regional solicite al nivel central se realicen las modificaciones requeridas en el sistema www.chileindica.cl, para que la información de indicadores pueda ser subida periódicamente, en un mismo formato, por las instituciones. En caso que esto no sea posible, se creará una herramienta de seguimiento de los programas de fomento productivo (vía Glosa 0204) que permita analizar los indicadores en el cumplimiento de los objetivos planteados en el marco lógico de los términos de referencia. Complementario a lo anterior, es necesario crear un Diccionario de Variables e Indicadores de Programas y Proyectos relacionados al turismo. A continuación se desarrolla el plan de seguimiento para cada uno de estos grupos de indicadores.

5.1. Indicadores de desarrollo

Los indicadores de desarrollo deben reflejar el cambio de la situación producto de la implementación de la política como un todo. Por ello es imprescindible contar con un punto de referencia llamado línea base que da cuenta de la situación antes de que la política se pone en marcha. En otras palabras, la primera acción deberá ser medir estos indicadores.

Tal como se desprende de los propios indicadores, estos consideran información generada en los propios predios, en las organizaciones y en empresas privadas y servicios públicos. Como tal, el diseño del seguimiento debe tomar en cuenta la existencia de información y su disponibilidad actual, la confiabilidad de la información existente y un marco muestral para recoger la información primaria inexistente o no disponible en la actualidad. La siguiente tabla da cuenta del método de seguimiento para cada indicador a nivel regional.

Tabla 1. Sistema de seguimiento para el objetivo de la Política Regional de Turismo.

Indicador	Con/Sin Línea Base	Sujeto a evaluar	Periodicidad	Desagregación	Medio de Verificación	Unidad
1 Aumento del número de visitantes a la región	7% aumento anual de turistas	Turistas	Anual	Local Género Grupo Etéreo	Boletín Anual elaborado por SERNATUR. Posteriormente, ajustar datos con encuestas realizadas por Observatorio Turístico, en los puntos de ingreso a la región.	%
2 Proporción de empresas con alguna certificación de calidad	0% empresas certificadas en Registro del INN o SERNATUR	Empresarios/as	Anual	Local Género Grupo Etéreo	Registro de SERNATUR con empresas certificadas. Catastro de empresas turísticas realizado por Observatorio Turístico	%
3 Proporción de atractivos turísticos asociados a los territorios	No existe, sólo se han identificado 238 atractivos turísticos, de los cuales 35 son Locales, 159 Regionales, 32 Nacionales y, 12 Internacionales.	Turistas Guías Empleados/as de empresa turística	Anual	Local Género Grupo Etéreo	Informe con características del producto/servicio con evidencias fotográficas y/o filmicas y encuestas a personas usuarias u oferentes, a través del Observatorio Turístico.	%
4 Inversión privada	MM\$3.090, datos de Inversión Privada facilitados por SERNATUR, en el año 2009 con datos hasta el 2008.	Empresarios/as	Anual	Local Género Grupo Etéreo	Datos de Inversión Privada facilitados por SERNATUR. Posteriormente, encuestas realizadas por Observatorio Turístico	M\$
5 Proporción de capacidad hotelera ociosa	54%, calculado a partir de 222 alojamientos catastrados por el PTI de Turismo, que en 2007 tenían una capacidad máxima de atención de 3982 clientes por día y atendieron un 107.469 clientes, con 166.089 pernотaciones.	Empresarios/as	Anual	Local Género Grupo Etéreo	Encuestas a empresarios/as realizadas por Observatorio Turístico	%

Indicador	Con/Sin Línea Base	Sujeto a evaluar	Periodicidad	Desagregación	Medio de Verificación	Unidad
6 Proporción de hombres y mujeres del sector turismo con competencias certificadas	No existe línea base de recurso humano con competencias certificadas	Empleados/as del turismo	Anual	Local Género Grupo Etéreo	Encuestas a los/as empresarios/as que permitan conocer la certificación de competencias de los/as empleados/as de su personal	%
7 Cantidad de empleo sectorial con enfoque de género	Sin línea base, se debe generar este dato	Empleados/as del turismo	Anual	Local Género Grupo Etéreo Tipo Nivel	Encuestas a los empresarios/as que permitan conocer número de empleos por tipo (permanentes y part time) y nivel (de sueldo), a través del Observatorio Turístico	N°
8 Número de ASP con plan de manejo y alguna concesión a privados	0 ASP con plan de manejo y alguna concesión a privados. Existen sólo dos ASP con plan de manejo.	ASP	Anual	Local	Registro de planes de manejo y concesiones	N°
9 Cantidad de organizaciones focalizadas en el turismo conformes con su articulación con el sector público	Sin línea base, se debe generar este dato	Organizaciones de Turismo	Anual	Local	Encuestas a los empresarios/as, que permitan conocer su percepción respecto a la articulación de su organización con el sector público, a los beneficios del trabajo asociativo y a las dificultades del mismo	N°

Tabla 2. Metas para el objetivo de la Política Regional de Turismo.

Indicador	Unidad	Meta Regional a 15 años			Meta Territorial, al año 2025 (1)											
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1 Aumento del número de visitantes a la región	%	7	8	12	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 Proporción empresas con alguna certificación de calidad	%	25	50	75	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 Proporción de atractivos con productos turísticos asociados a los territorios	%	57	67	85	50	45	50	60	45	45	60	60	60	45	45	60
4 Inversión privada	M\$	3.357	4.556	7.085	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5 Proporción de capacidad	%	42	34	23	28	37	0	13	17	23	25	34	36	35	28	37

Indicador	Unidad	Meta Regional a 15 años			Meta Territorial, al año 2025 (1)												
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
hotelera ociosa																	
6 Proporción de hombres y mujeres del sector turismo con competencias certificadas	%	60	70	80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7 Cantidad de empleo sectorial con enfoque de género	N°	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8 Número de ASP con plan de manejo y alguna concesión a privados	N°	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9 Cantidad de organizaciones focalizadas en el turismo conformes con su articulación con el sector público	N°	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Así mismo, se definió un sistema de seguimiento para los indicadores a nivel empresarial (Tabla 3).

Tabla 3. Sistema de seguimiento para el objetivo de la Política Regional de Turismo.

Indicador	Con/Sin Línea Base	Sujeto a evaluar	Periodicidad	Desagregación	Medio de Verificación	Unidad
1 Cantidad de visitantes recibidos en la temporada, por cada empresa, desagregados en hombres y mujeres, por país y ciudad y por grupo étnico.	Línea base sólo en algunas empresas.	Turistas	Anual	Género Grupo Étneo Procedencia Actividades	Libro de visitas	Nro
2 Cantidad de paquetes turísticos vendidos en la temporada por cada empresa.	Línea base sólo en algunas empresas.	Paquetes turísticos	Anual	½ día 1 día Más de 1 día	Facturas/Boletas	Nro
3 Cantidad de nuevos productos turísticos comercializados en la temporada por cada empresa.	Línea base sólo en algunas empresas.	Productos turísticos nuevos	Anual	½ día 1 día Más de 1 día	Facturas/Boletas	Nro
4 Porcentaje de turistas se	No existe línea base como tal, sólo	Empresarios/as	Anual	Local Género	Datos de facilitados por SERNAC.	M\$

Indicador	Con/Sin Línea Base	Sujeto a evaluar	Periodicidad	Desagregación	Medio de Verificación	Unidad
expresan satisfechos del Destino Aysén, desagregados en hombres y mujeres, por país o ciudad y por grupo etéreo.	información respecto de los reclamos en SERNAC.			Grupo Etéreo	Posteriormente, encuestas realizadas por Observatorio Turístico.	
5 Porcentaje de capacidad ociosa de cada empresa	Línea base sólo en algunas empresas.	Empresarios/as	Anual	Tipo de temporada	Cálculo a partir del libro de visitas y la capacidad hotelera	%
6 Monto de las ventas en materia turística en la temporada	Existe línea base en cada empresa formal, a través de sus libros de contabilidad y declaraciones de IVA.	Empresarios/as	Anual	Tipo de temporada	Facturas/Boletas	%
7 Empleos con distintos tipos de contrato en la temporada	Existe línea base en cada empresa formal, a través de sus cotizaciones previsionales y libros de contabilidad.	Empleados/as del turismo	Anual	Local Género Grupo Etéreo Tipo Nivel	Contratos y cotizaciones previsionales	N°
8 Número de empresarios/as que realizan actividad turística en alguna ASP	Línea base sólo en algunas empresas.	Empresarios/as	Anual	Con/Sin concesión	Facturas/Boletas	N°
9 Cantidad de hombres y mujeres participan activamente en organizaciones focalizadas en el turismo	Existe línea base en las organizaciones	Organizaciones de Turismo	Anual	Local Género Grupo Etéreo	Libro de Actas	N°

5.2. Sistema de Información Actual

El actual sistema regional de información turística posee 2 fuentes principales de información. La primera de ellas es la encuesta mensual a establecimientos de alojamiento turístico encargada por SERNATUR al INE y que entrega información acerca de la capacidad ofrecida (habitaciones y camas), el personal ocupado, la ocupación y movimiento de pasajeros e ingresos. La otra fuente de información es la proveniente de instituciones con competencias en el control y registro del flujo de pasajeros que entra y sale del territorio nacional (turismo internacional). Estas instituciones son:

- Dirección General de Aeronáutica Civil
- Gobernación Marítima
- Carabineros de Chile
- Policía de Extranjería de Investigaciones de Chile

- Dirección Regional de Aduanas

Estas fuentes de información son las que permiten la elaboración de documentos técnicos sobre oferta y demanda turística que intentan apoyar la toma de decisiones de los diferentes actores del sector. Estos documentos son publicados periódicamente por SERNATUR e INE en sus portales WEB institucionales. Adicionalmente se publica una vez al año y en formato impreso el Anuario de Turismo INE-SERNATUR con información nacional desagregada en algunos casos a nivel regional y local. La información no se desagrega por sexo y puede ser desagregada territorialmente sólo en forma parcial. La información de estos documentos es la siguiente:

- A. Metodología encuesta INE mensual a establecimientos de alojamiento turístico
- B. Cifras e indicadores turísticos mensuales a partir de encuesta INE
- C. Índice estadísticas turísticas SERNATUR
- D. Informe anual turismo 2007 INE-SERNATUR
- E. Boletín N° 2: Coyuntura Primer Semestre 2008 SERNATUR

Por su parte CORFO ha dedicado recursos los últimos años a ampliar la información de demanda disponible integrando preferencias y evaluaciones de los turistas. De esta forma fueron desarrollados ociotipos, clasificación y caracterización del perfil de turistas que visitan la región de Aysén (CEGESTUR, 2008). Los ociotipos consideran el atributo sexo y fueron desarrollados inicialmente a nivel regional (sin desagregación territorial) y posteriormente se profundizó en un territorio en particular (Chileemprende Palena Queulat). Hubo esfuerzos previos encargados a la Universidad Austral de Chile (1998) y a la Universidad de Los Lagos (1991). Sin embargo el conjunto de estas iniciativas representa más bien esfuerzos puntuales, no conectados y que no forman parte de un proceso sistemático y continuo en el tiempo.

El actual sistema regional de información turística entrega información muy básica acerca de la actividad y presenta una serie de deficiencias que se describen a continuación:

- 1 La información turística recolectada de las fuentes actuales es insuficiente, dado que en su mayoría, entrega datos generales de ingreso y salida de la región de pasajeros, sin discriminar en nacionalidades, motivaciones, y otros datos que permitan realizar una caracterización turística de este tipo de pasajeros.
- 2 La información que recopila el INE a los Establecimientos de Alojamiento Turístico y que utiliza SERNATUR para la elaboración de sus documentos técnicos, corresponde a una muestra cercana al 40% del total de Establecimientos, lo que impide tener una visión exacta de la magnitud de esta demanda regional y su comportamiento.
- 3 La información existente no desagrega por sexo ni nivel territorial (comunas, localidades o destinos).
- 4 Existe un nivel de detalle insuficiente de la información recolectada y procesada sobre el turista, lo que dificulta el conocimiento exhaustivo de éste, lo que a su vez afecta la segmentación y adecuación de la oferta.
- 5 Insuficiencia de recursos administrativos, tecnológicos y humanos en SERNATUR, especialmente a nivel regional y local, para cumplir con este rol.
- 6 Discontinuidad temporal en la recogida de los datos que conforman el sistema de información turística nacional y fragmentación de los indicadores generados, ya que sólo son capaces de reflejar en parte el comportamiento de la actividad turística, lo que limita la capacidad de toma de decisiones y de interlocución con otras instancias públicas y privadas.

El sistema regional de información turística requiere de una unidad especializada y con metas específicas tendientes a entregar un servicio eficiente y de calidad a sus clientes. Desde el ámbito privado, la mayor carencia que se observa es la falta de estudios acerca de las tendencias turísticas, seguido por estadísticas de demanda y en tercer lugar estadísticas de oferta y boletines de coyuntura.

La falta de información confiable (proceso de recolección de información con deficiencias) atenta en contra de las iniciativas de inversión turística, redundando a su vez en una oferta deficitaria y de baja calidad. Por otro lado, al carecer de un sistema de inteligencia de mercado, los esfuerzos por realizar promociones turísticas se hacen menos eficientes y más riesgosos.

Las deficiencias del sistema regional de información turística hacen menos eficiente el diseño y la evaluación de políticas y programas públicos de apoyo al desarrollo del sector. O dicho de otra manera, un sistema de información turística efectivo se convierte en un complemento fundamental para los programas públicos de apoyo al sector y uno de los pilares de la política de turismo.

Una causa no menor del problema principal identificado lo constituye el bajo nivel de difusión para el uso de la información turística. No es menor porque la información puede llegar a ser abundante y completa, pero si no es utilizada como base para la toma de decisiones públicas y privadas, el esfuerzo de su recolección y análisis ha sido en vano. Otra de las causas que impide un uso adecuado de la información es el bajo nivel de competencias de los usuarios para el uso de la información (inteligencia competitiva).

5.3. Información primaria a recolectar

5.3.1 Observatorio Turístico

Gran parte de las líneas bases de turismo son precarias o poco fiables, debido a que proceden desde variadas instituciones públicas, sin tener, como objetivo, la información turística. Por ello, es preciso mejorar la información existente y generar nueva a través de un Observatorio Turístico.

Los Observatorios Turísticos son iniciativas tipo programas (conjunto de proyectos) encargados de generar y analizar información relevante para la toma de decisiones en forma permanente y sistemática, mediante la aplicación de herramientas estadísticas muy completas que buscan recoger información detallada, consistente, fidedigna, oportuna y representativa del turismo interno y receptivo. Los observatorios son además una herramienta cuya rentabilidad es su continuidad en el tiempo, de modo que puedan reflejar los cambios que se producen en el transcurso de los años.

En septiembre de 2010, el Consejo Regional de Aysén aprobó financiar un programa denominado "Observatorio Turístico de Aysén", que supone un esfuerzo globalizado de anticiparse articuladamente en materias de inteligencia sectorial, ajustado a la realidad regional, esperando contribuir a facilitar las decisiones tanto públicas como privadas de inversión, promoción, capacitación, etc. que se toman en el ámbito turístico, disminuyendo el nivel de incertidumbre hacia el futuro inmediato. El programa constituye una iniciativa piloto e innovadora, que persigue crear una unidad especializada, eficiente y con dedicación exclusiva que llegue a ser reconocida como el órgano técnico oficial responsable de la obtención, gestión y difusión de información turística con productos pertinentes, oportunos, fiables y continuos que apoyan la toma de decisiones del sector público y privado.

5.3.2 Investigación por Encuesta como Método de Seguimiento

Varios indicadores no cuentan con línea base y la única forma de obtenerla y mantenerla es a través de encuestas. Si se aplica la Investigación por Encuesta en períodos regulares de tiempo, permite conocer el comportamiento de una determinada variable, y estimar la probabilidad de cumplimiento de las metas que se hayan definido para ella.

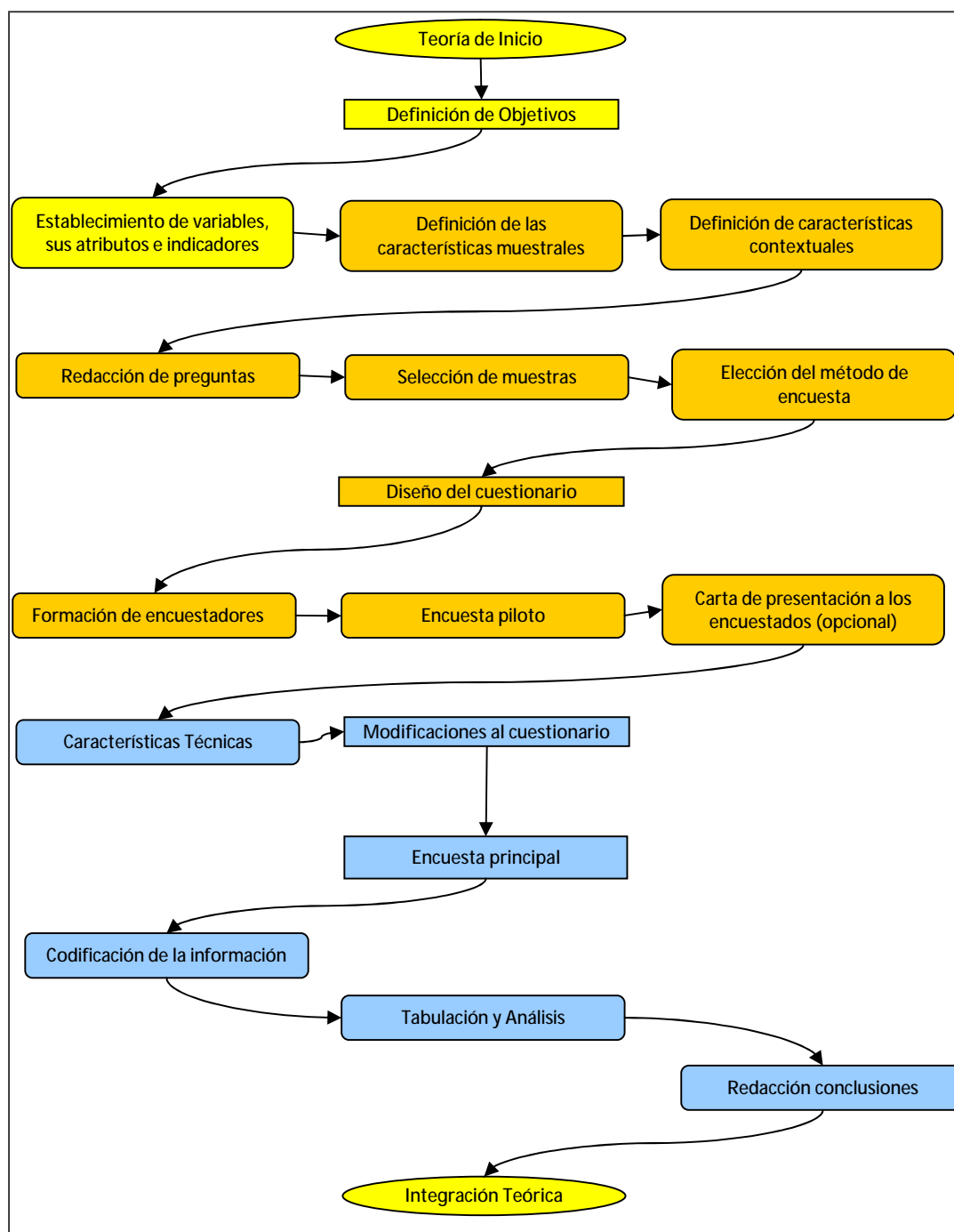
El proceso se divide en tres grandes fases (Figura 1: esquema):

- 1 Fase teórico-conceptual (áreas amarillas del esquema).
En esta fase se elabora el soporte teórico que avala y fundamenta la investigación que se ha de llevar a cabo.
En el caso de las variables en que se aplicaría, esta fase estaría cubierta por el mismo estudio de política de turismo, que entrega la teoría inicial, así como el objetivo y, el énfasis descriptivo que se debe dar a la encuesta.
Este énfasis descriptivo cambiaría después de la primera encuesta y, se transformaría en un énfasis relacional, para poder comparar los resultados con los de períodos anteriores.
- 2 Fase metodológica (áreas naranjas del esquema):
 - 3.1 Definir las características de la población y por ende, de la muestra.
 - 3.2 Seleccionar la/s muestra/s necesaria/s, considerando criterios geográficos, demográficos y temporales.
 - 3.3 Identificar contexto en el que se desarrollaría la encuesta, dependiendo de quien sería el/la encuestado/a.
 - 3.4 Redacción de las preguntas, en función de los indicadores previamente definidos (más de una pregunta por tópico).
 - 3.5 Generación del instrumento de encuesta provisorio.
 - 3.6 Prueba de aplicación y aprobación del instrumento de encuesta.
 - 3.7 Entrenamiento de encuestadores/as.
 - 3.8 Preparación de cartas de presentación en donde se invita a los/as encuestados/as a participar.
- 3 Fase estadística-conceptual (áreas celestes del esquema):
 - 3.1 Realización de últimos ajustes al instrumento.
 - 3.2 Realización de la encuesta
 - 3.3 Codificación de respuestas
 - 3.4 Tabulación
 - 3.5 Redacción de conclusiones

Para el seguimiento de los indicadores propuestos, estarían ya definidos 5 tipos diferentes de encuestados, que son:

- Los/as turistas,
- Los/as empresarios/as
- Las autoridades y los/as representantes de los diferentes organismos públicos que se relacionan o inciden en la Gestión turística de la zona.
- Un grupo heterogéneo integrado por un/a representante de cada sector productivo y social, para verificar el grado de conciencia turística que posee una determinada comunidad o, la región.
- Asociaciones gremiales.

Figura 1. Proceso de Diseño por Encuesta.



El tipo de preguntas que se puede realizar a cada grupo de encuestados, se elabora en función de los indicadores definidos en cada ficha.

En el caso de indicadores que están solamente formulados, pero sin una medición que sirva de línea base, se debería planificar un levantamiento inicial más amplio de las variables involucradas, de tal modo que en un plazo razonable, se pueda contar con esa línea base y desde allí comenzar el seguimiento hacia las metas trazadas.

5.4. Indicadores de logro de objetivos

Los indicadores de desarrollo deben reflejar el cambio de la situación producto de la implementación de la política como un todo. Por ello es imprescindible contar con un punto de referencia llamado línea base que da cuenta de la situación antes de que la política se pone en marcha. En otras palabras, la primera acción deberá ser medir estos indicadores.

Tal como se desprende de los propios indicadores, estos consideran información generada en las organizaciones, en empresas privadas y servicios públicos. Como tal, el diseño del seguimiento debe tomar en cuenta la existencia de información y su disponibilidad actual, la confiabilidad de la información existente y un marco muestral para recoger la información primaria inexistente o no disponible en la actualidad. Las siguientes tablas dan cuenta del método de seguimiento para cada indicador de los distintos lineamientos estratégicos.

La Tabla 3 corresponde a los indicadores del lineamiento estratégico “Poner en valor turístico los recursos naturales y culturales de la Región de Aysén, considerando las particularidades de los territorios que la componen”.

Tabla 3. Sistema de seguimiento para los indicadores de logro del valor turístico de los recursos regionales de la Política Regional de Turismo.

Indicador	Con/Sin Línea Base	Sujeto a evaluar	Periodicidad	Desagregación	Medio de Verificación	Unidad
Proporción de la inversión en infraestructura y equipamiento público que contiene elementos que crean valor turístico para el territorio, incluyendo áreas silvestres protegidas.	27%. Se identificaron proyectos bajo el criterio “toda construcción, ampliación o mejoramiento que modifique el paisaje urbano o rural de un territorio, incide directamente en el valor turístico del mismo”. De ese modo por ejemplo, la remodelación de la fachada de un edificio incide en el paisaje turístico y, la de cualquiera de sus áreas interiores, no, a no ser que sea visitado por turistas como por ejemplo un museo. Para aplicar este criterio se utilizó solamente el nombre del proyecto, por lo que si éste incluía algún aporte al turismo que no quedaba reflejado en el nombre, no fue considerado para aumentar este indicador.	Proyectos de infraestructura y equipamiento	Anual	Local	PROPIR	%
Disponibilidad de productos o servicios turísticos que conforman la oferta territorial privada.	187 productos ofrecidos por los 78 empresarios consultados en la fase de diagnóstico participativo (cuadernos) del estudio de política regional de turismo. Considerando que este dato se basa en una muestra de todos los empresarios turísticos, sólo se podrá conocer el total de productos si se consulta a todos los que conforman la cadena de valor; se espera pueda realizarlo el Observatorio Turístico.	Productos y servicios turísticos	Anual	Local	Encuestas	Nro
Proporción del empresariado que ha tenido ingresos producto de las actividades culturales realizadas en su territorio.	39% de empresarios/as consultados/as en la fase de diagnóstico participativo (cuadernos) del estudio de política regional de turismo. Considerando que este dato se basa en una muestra de todos los empresarios turísticos, solo se podrá conocer un dato más representativo cuando se vuelva realizar una encuesta a los mismos empresarios	Empresarios/as	Anual	Local Género Grupo Etnario	Encuestas	%

Indicador	Con/Sin Línea Base	Sujeto a evaluar	Periodicidad	Desagregación	Medio de Verificación	Unidad
Proporción de reclamos recibidos por SERNAC y SERNATUR relacionados con servicios turísticos, que hayan sido gestionados.	No existe. Se espera sea construida a partir del Observatorio Turístico.	Turistas	Anual	Local Género Grupo Etereo	Sistemas de información de SERNAC y SERNATUR	%

En la tabla 4 se detalla el sistema de seguimiento de los indicadores del lineamiento estratégico "Aumentar la demanda turística apuntando a los grupos objetivos de turismo de intereses especiales".

Tabla 4. Sistema de seguimiento para los indicadores de logro del demanda de turismo de intereses especiales de la Política Regional de Turismo.

Indicador	Con/Sin Línea Base	Sujeto a evaluar	Periodicidad	Desagregación	Medio de Verificación	Unidad
Cantidad de mercados en los que se ha logrado posicionamiento.	12 que corresponden a Brasil, Alemania, España, USA, según estadística que posee el PTI Patagonia Aysén; Italia, Suiza, Francia, Bélgica, Argentina, Israel, Países Bajos y Chile, según información de los cuadernos del Estudio de Política. Es preciso ajustar esta línea base a partir del Observatorio Turístico.	Mercados	Anual	Local	Encuestas	Nro
Cantidad de turistas que ingresan, separados por procedencia, género, grupo étereo, actividad que vienen a realizar, destinos patagónicos visitados o por visitar en el mismo viaje.	147.613, según estadística de personas ingresadas a la región que mantiene SERNATUR hasta el año 2007, en la cual estiman que un 50% de ese dato son turistas.	Turistas	Anual	Local Género Grupo Etereo	Encuestas	Nro
Cantidad de nichos de mercados nuevos o potenciados que han traído turistas.	8 que corresponden a Montaña, Pesca Deportiva, Ecoturismo, Agroturismo, Aventura, Termas, Cultural y Cruceros. Debe ser ajustada por el Observatorio Turístico.	Nichos	Anual	Local	Encuestas	Nro
Proporción de turistas que han venido a Aysén y a otro destino patagónico.	No existe.	Turistas	Anual	Local Género Grupo Etereo	Encuestas	%
Cantidad de encadenamientos entre empresas Ayseninas y otras de la Patagonia.	0, según Agencias de viaje de la región (19 en total), que son las que mayor probabilidad tienen de trabajar con empresas de los otros destinos patagónicos vecinos de la región de Aysén. Se debe ajustar a través del Observatorio Turístico.	Empresarios/as	Anual	Local Género Grupo Etereo	Encuestas	Nro

Indicador	Con/Sin Línea Base	Sujeto a evaluar	Periodicidad	Desagregación	Medio de Verificación	Unidad
Proporción de los turistas recibidos por Aysén en temporada de invierno	10% promedio de turistas en temporada baja independiente de las fluctuaciones en las otras temporadas, según estadística de personas ingresadas a la región que mantiene SERNATUR hasta el año 2007, en la cual estiman que un 50% de ese dato son turistas. Requiere ajuste por Observatorio Turístico.	Turistas	Anual	Local Género Grupo Etereo	Encuestas	%

La Tabla 5 corresponde a los indicadores del lineamiento estratégico “Mejorar la competitividad de las empresas del sector turismo”:

Tabla 5. Sistema de seguimiento para los indicadores de logro mejorar la competitividad de las empresas del sector turismo de la Política Regional de Turismo.

Indicador	Con/Sin Línea Base	Sujeto a evaluar	Periodicidad	Desagregación	Medio de Verificación	Unidad
Cobertura de RRHH con competencias turísticas	51% según la cantidad de recursos humanos que trabajaban en las empresas que fueron consultadas con los cuadernos territoriales y el cálculo de competencia de todo el grupo como un promedio entre su Educación, Formación, Habilidades y Experiencia. Considerando que este dato se basa en una muestra de todas las empresas turísticas de la región, solo se podrá conocer un dato más representativo cuando se vuelva a realizar una encuesta a los mismos empresarios más aquellos que no se incluyeron en esa primera muestra, con relación a la competencia de su personal, a través del Observatorio Turístico.	Trabajadores/as del turismo	Anual	Local Género Grupo Etereo	Encuestas	%
Cantidad de empresas con alguna certificación de calidad	0 según Registro SERNATUR.	Empresas	Anual	Local Género Grupo Etereo	Registro SERNATUR	Nro
Cantidad de organizaciones focalizadas en el turismo conformes con su articulación con el sector público	No existe. El universo a consultar es el listado de agrupaciones focalizadas en el turismo que se confeccionó en este estudio, en el cual se consideraron aquellas que están tramitando aún su personalidad jurídica. El total de agrupaciones privadas son 20 y público-privadas 4.	Organizaciones	Anual	Local	Encuestas	Nro
Cantidad de hombres y mujeres participan activamente en organizaciones focalizadas en el turismo	Existe pero es desconocida. El Observatorio Turístico debe recopilar la información.	Actores del turismo	Anual	Local Género Grupo Etereo	Encuestas	Nro

Anexos

Anexo 1

Iniciativas de inversión relacionadas al turismo en ejecución durante el año 2010.

Nombre iniciativa en ejecución	Institución
Programa de capacitación y conciencia turística	SERNATUR
Programa de promoción turística	SERNATUR
Análisis y puesta en valor turístico del eje Balmaceda Puerto Chacabuco	INNOVA
Programa de mejoramiento de la competitividad turismo Balmaceda Puerto Chacabuco	ARDP
Programa de desarrollo de nueva artesanía	CIEP
Las ciencias al servicio del desarrollo turístico de Aysén - Creando un centro para el turismo científico de la Patagonia	CIEP
Construcción costanera urbana Chile Chico	Municipalidad de Chile Chico
Construcción infraestructura muelle multipropósito Raúl Marín Balmaceda	Dirección de Obras Portuarias
Línea especial becas microempresas	SENCE
Programas de fomento CORFO	CORFO
Programas INNOVA	CORFO
Programas TODOCHILE	CORFO
Programas ZONAS ESPECIALES	CORFO
Becas MYPE	SENCE
Diagnóstico cuenca Río Aysén y sector costero	CONAMA
Conservación vías de navegación Río Aysén y Aguas Muertas	Dirección de Obras Portuarias
Construcción terminal rodoviario Coyhaique (etapa prefactibilidad)	Gobierno Regional
Construcción infraestructura portuaria conexión Lago Caro (Etapa Construcción)	Dirección de Obras Portuarias
Construcción infraestructura portuaria conexión Lago Vargas (Etapa Construcción)	Dirección de Obras Portuarias
Construcción infraestructura portuaria conexión Lago Bahía Erasmo (Etapa Construcción)	Dirección de Obras Portuarias
Construcción infraestructura portuaria conexión Melimoyu (Etapa Perfil)	Dirección de Obras Portuarias
Conservación infraestructura portuaria	Dirección de Obras Portuarias
Construcción remate calle Condell y mirador del Río Coyhaique	Seremi MINVU
Concurso regional de innovación	CIEP
Diplomado 2010	CONICYT
Jornadas de innovación y emprendimiento	INNOVA

Fuente: Elaboración propia, a partir del Anteproyecto Regional de Inversiones y Banco Integrado de Proyectos, 2010.

Anexo 2

Iniciativas de inversión propuestas en el Plan Plurianual de Inversiones de la Política Regional de Turismo⁶ y su aporte a la Política Regional de Turismo.

Nombre iniciativa propuesta por tema	Institución	Lineamientos Estratégicos		
		Poner en valor turístico los recursos naturales y culturales de la Región de Aysén, considerando las particularidades de los territorios que la componen	Aumentar la demanda turística apuntando a los grupos objetivos de turismo de intereses especiales	Mejorar la competitividad de las empresas del sector turismo
Fomento Productivo				
1. Puesta en marcha modelo de gestión integral de destino turístico provincia Capitán Prat	PTI CORFO	x	x	x
2. Programa de emprendimientos locales de turismo	CORFO		x	x
3. Programa de crédito de fomento a la inversión turística para Emprendedores/as y Pequeños/as Empresarios/as Turísticos/as	SERCOTEC			x
4. Programa de Promoción Turística 2.0	SERNATUR		x	
Capital Humano y Social				
5. Programa de fortalecimiento organizacional de empresarios/as turísticos/as en la Provincia General Carrera.	SERCOTEC		x	x
6. Programa de Capacitación y Certificación de Guías Turísticos.	SERNATUR			x
7. Diplomado en Innovación para la Industria del Turismo en Aysén.	GORE	x		x
8. Programa de capacitación y conciencia turística 2.0.	SERNATUR			x
Planificación, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente				
9. Definición de nuevas zonas de interés turístico.	SERNATUR	x		
10. Programa de Implementación de Zonas de Interés Turístico	SERNATUR	x		

⁶ En proceso de revisión por el Directorio Público Privado de Turismo. Posteriormente, comienza el trabajo de coordinación con las instituciones que serán unidades técnicas de los proyectos y la validación con el Consejo Regional.

Nombre iniciativa propuesta por tema	Institución	Lineamientos Estratégicos		
		Poner en valor turístico los recursos naturales y culturales de la Región de Aysén, considerando las particularidades de los territorios que la componen	Aumentar la demanda turística apuntando a los grupos objetivos de turismo de intereses especiales	Mejorar la competitividad de las empresas del sector turismo
11. Elaboración de planes de desarrollo turístico y ordenanzas municipales de turismo para cada comuna	GORE, AREMU	x		
12. Plan Regional de Ordenamiento de Cuerpos de Aguas Continentales (ríos y lagos) para regular acceso a los ríos, la servidumbre de paso y la carga en los ríos.	GORE, DGA	x		x
13. Programa de reciclaje de basura	Seremi Medio Ambiente	x		
Infraestructura y Equipamiento				
14. Implementación de una red de teléfonos satelitales, cada cierta cantidad de kilómetros, para emergencias.	ONEMI, Vialidad, Carabineros	x		
15. Reposición de Odeón Plaza de Coyhaique	Mun. Coyh.	x		
16. Miradores Turísticos con Información del Entorno.	Arquitectura	x		
17. Implementación de señalética turística en la ciudad de Coyhaique	Mun. Coyh.	x		
18. Construcción y habilitación de paso fronterizo Candelario Mansilla	D. Arquitectura	x		
19. Construcción y habilitación de paso fronterizo Rio Mayer	D. Arquitectura	x		
Estudios y Sistemas de Información				
20. Observatorio Turístico de la Región de Aysén	SERNATUR			x
21. Cuenta Satélite de Turismo	INE			x
22. Implementación de Centro Digital de Información Turística de Coyhaique	Mun. Coyh.	x		x
23. Observatorio Climático Piloto en Parque Nacional Queulat	CONAF, DGA, CIEP	x		x

Anexo 3

Plantilla de Indicadores para el objetivo de la Política Regional de Turismo.

Objetivo	Indicador	Descripción	Desagregación	Clasificación	Periodicidad	Unidad	Fórmula
Promover el desarrollo turístico, a través de la puesta en valor turístico los recursos naturales y culturales de la Región de Aysén, el aumento de la demanda turística apuntando a los grupos objetivos de turismo de intereses especiales y el mejoramiento de la competitividad de las empresas del sector turismo	Aumento del número de Visitantes a la región	Porcentaje de aumento de visitantes desde una temporada a la inmediatamente anterior	Regional Género Grupo Etéreo	Resultado	Anual	%	$\frac{\text{Nro. de Visitantes última temporada} - \text{Nro. de Visitantes temporada anterior} * 100}{\text{Nro. de Visitantes temporada anterior}}$
	Proporción de Capacidad Hotelera Ociosa	Porcentaje de capacidad ociosa desagregado por localidad o comuna	Local	Resultado	Anual	%	$\frac{\text{Máximo nro. de pernoctaciones en temporada} - \text{Pernoctaciones efectivas en el 2007}}{\text{Máximo nro. de pernoctaciones en temporada}}$ $\frac{\text{Máximo nro. De pernoctaciones} * \text{Máximo nro. de clientes por día}}{\text{Nro. de días de la temporada}}$ Pernoctaciones efectivas en el 2007 = Total de Clientes recibidos en la temporada X estadía promedio
	Aumento de Inversión Privada	Porcentaje de aumento de inversión privada	Local Género Grupo Etéreo	Resultado	Anual	%	$\frac{(\text{Inversión Privada último año} - \text{Inversión Privada Año anterior}) * 100}{\text{Inversión Privada Año anterior}}$

Anexo 4 Plantilla de Indicadores por lineamiento estratégico.

Lineamiento estratégico	Indicador	Descripción	Desagregación	Clasificación	Periodicidad	Unidad	Fórmula
1 Poner en valor turístico los recursos naturales y culturales de la Región de Aysén, considerando las particularidades de los territorios que la componen	Proporción de atractivos con productos turísticos asociados a los territorios.	% Atractivos con productos turísticos asociados a los territorios.	Local	Proceso	Anual	%	Total de Atractivos de cada territorio que tengan al menos un producto o servicio turístico asociado * 100 / Total de Atractivos del Territorio
2 Aumentar la demanda turística apuntando a los grupos objetivos de turismo de intereses especiales.	Proporción de aumento de turistas.	% de Aumento de turistas desagregados en hombres y mujeres	Regional Género Grupo Étareo	Resultado	Anual	%	(Total de turistas que ingresaron en el año – Total de turistas que ingresaron el año anterior) * 100 / Total de turistas que ingresaron el año anterior
3 Mejorar la competitividad de las empresas del sector turismo	Índice de Competitividad Turística Regional	ICTR = Índice de Competitividad Turística Regional	Local	Resultado	Anual	Índice	0,3*% de satisfacción de los turistas + 0,3*% de satisfacción de las asociaciones de empresarios satisfechas con la articulación con el sector público + 0,2*% de recursos humanos del sector turismo con competencias certificadas + 0,2*% de organismos usuarios del Sistema público de Información turística satisfechos con la información disponible

Anexo 5 Plantilla de Indicadores por ámbito de fortalecimiento.

Ámbito de fortalecimiento	Indicador	Descripción	Desagregación	Clasificación	Periodicidad	Unidad	Fórmula
1.1 Invertir en infraestructura y equipamiento público para el turismo en las áreas silvestres protegidas y otros atractivos turísticos.	Cobertura de la inversión en infraestructura y equipamiento público que contiene elementos que crean valor turístico para el territorio.	% Proyectos de Inversión en Infraestructura y equipamiento público que contiene elementos que crean valor turístico para el territorio.	Regional	Estructura	Anual	%	$\frac{\text{Total de Proyectos de Inversión en Infraestructura y equipo público que crean valor turístico para el territorio} * 100}{\text{Total de Proyectos de Inversión en Infraestructura y equipo público aprobados en el territorio en el año.}}$
1.2 Apoyar el desarrollo de productos turísticos que aprovechen las potencialidades de cada territorio y permitan contar con una oferta diferenciada y competitiva.	Disponibilidad de productos/servicios turísticos que conforman la oferta territorial privada.	Cantidad de productos/servicios turísticos que conforman la oferta territorial privada.	Local ⁷	Resultado	Anual	Nro	$\sum \text{Productos (o servicios) turísticos ofrecidos por los empresarios de cada territorio.}$
1.3 Potenciar la identidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservando sus activos culturales, arquitectónicos y vivos y sus valores tradicionales.	Cobertura del empresariado que ha tenido ingresos producto de las actividades culturales realizadas en su territorio.	% empresarios/as que han tenido ingresos producto de las actividades culturales realizadas en su territorio.	Local Género	Resultado	Anual	%	$\frac{\text{Total empresarios encuestados que han tenido ingresos producto de actividades culturales de su territorio} * 100}{\text{Total de empresarios encuestados en el territorio.}}$
1.4 Crear y mantener la Conciencia Turística de la comunidad regional.	Proporción de reclamos recibidos por SERNAC y SERNATUR relacionados con servicios turísticos, que hayan sido gestionados.	% de reclamos recibidos por SERNAC y SERNATUR relacionados con servicios turísticos, que hayan sido gestionados.	Local	Proceso	Anual	%	$\frac{\sum (\text{Acciones realizadas de reparación y/o mejora producto de reclamos recibidos por SERNAC y SERNATUR relacionados con servicios turísticos}) * 100}{\text{No de reclamos.}}$
2.1 Posicionar la región de Aysén como destino turístico diferenciado dentro del contexto Patagonia, en los mercados regional, nacional e	Cantidad de mercados en los que se ha logrado posicionamiento.	Nro de mercados en los que se ha logrado posicionamiento.	Regional	Resultado	Anual	Nro	$\sum \text{Mercados diferentes de donde provienen los turistas.}$
	Cantidad de turistas que ingresan, separados por	Nro de turistas que ingresan, separados por	Local	Resultado	Mensual	Nro	$\sum \text{Turistas que ingresan a la región por sus diferentes}$

⁷ Desagregar a comuna y localidad si es posible.

Ámbito de fortalecimiento	Indicador	Descripción	Desagregación	Clasificación	Periodicidad	Unidad	Fórmula
internacional.	procedencia, género, grupo etéreo, actividad que vienen a realizar, destinos patagónicos visitados o por visitar en el mismo viaje.	procedencia, género, grupo etéreo, actividad que vienen a realizar, destinos patagónicos visitados o por visitar en el mismo viaje.	Género Grupo Etéreo				accesos en el año, separados por procedencia, género, grupo etéreo, actividad que vienen a realizar, destinos patagónicos visitados o por visitar en el mismo viaje.
2.2 Prospeccionar nichos de mercado específicos para la industria turística.	Cantidad de nichos de mercados nuevos o potenciados que han traído turistas.	Nro de nichos de mercados nuevos o potenciados que han traído turistas.	Regional	Resultado	Anual	Nro	\sum nichos de mercado nuevos o potenciados que han traído turistas.
2.3 Generar encadenamientos con otros destinos patagónicos.	Proporción de turistas que han venido a Aysén y a otro destino patagónico.	% de turistas que han venido a Aysén y a otro destino patagónico desagregados en hombres y mujeres	Regional Género Grupo Etéreo	Resultado	Anual	%	Total de turistas que han venido a Aysén y a otro destino patagónico * 100 / Total de turistas que ingresaron en el año
	Cantidad de encadenamientos entre empresas Ayseninas y otras de la Patagonia.	Nro de encadenamientos entre empresas Ayseninas y otras de la Patagonia	Regional	Proceso	Anual	Nro	\sum empresas que ofrecen paquetes turísticos en combinación con otras de la Patagonia
2.4 Disminuir la estacionalidad	Proporción de los turistas recibidos por Aysén en temporada de invierno.	% de turistas recibidos por Aysén en temporada de Invierno desagregados en hombres y mujeres	Regional Género Grupo Etéreo	Resultado	Anual	%	Total de turistas que han venido a Aysén en temporada de Invierno * 100 / Total de turistas que ingresaron en el año
3.1 Instalar y fortalecer capacidades de los distintos actores de la industria turística	Cobertura de RRHH con competencias turísticas	% RRHH con competencias turísticas certificadas desagregados en hombres y mujeres	Local Género Grupo Etéreo	Estructura	Anual	%	Total de RRHH con competencias turísticas certificadas *100/Total de RRHH que trabajan con turistas que ingresaron en el año
3.2 Incorporar el concepto de calidad en la oferta de bienes y servicios turísticos	Cantidad de empresas con alguna certificación de calidad	Cantidad de empresas con alguna certificación de calidad, desagregados por propietarios hombres y mujeres	Local	Proceso	Anual	Nro	\sum Empresas con alguna certificación de calidad
3.3 Fomentar y fortalecer la asociatividad del sector	Cantidad de organizaciones	Nro de organizaciones focalizadas en el turismo	Local	Resultado	Anual	Nro	\sum Organizaciones focalizadas en el turismo conformes con su

Ámbito de fortalecimiento	Indicador	Descripción	Desagregación	Clasificación	Periodicidad	Unidad	Fórmula
turístico y su articulación con el sector público	focalizadas en el turismo conformes con su articulación con el sector público	conformes con su articulación con el sector público					articulación con el sector público
	Cantidad de hombres y mujeres participan activamente en organizaciones focalizadas en el turismo	Nro hombres y mujeres participan activamente en organizaciones focalizadas en el turismo	Local Género	Resultado	Anual	Nro	Total de hombres y mujeres que participan activamente en organizaciones focalizadas en el turismo

Anexo 6

Indicadores que componen el Índice de Competitividad Turística Regional.

Indicador	Descripción	Desagregación	Clasificación	Periodicidad	Unidad	Fórmula	Ponderación
Proporción de los turistas satisfechos con el destino	% de satisfacción de los turistas	Local Género Grupo Etéreo	Resultado	Anual	%	Total de turistas satisfechos, desagregados por sexo y edad * 100 / Total de turistas que ingresaron en el año	30%
Proporción de las asociaciones de empresarios/as satisfechas con la articulación con el sector público	% de satisfacción de las asociaciones de empresarios/as satisfechas con la articulación con el sector público	Local	Resultado	Anual	%	Total de asociaciones de empresarios/as satisfechas con la articulación con el sector público * 100 / Total de asociaciones de empresarios/as	30%
Proporción de los recursos humanos del sector turismo con competencias certificadas	% de recursos humanos del sector turismo con competencias certificadas	Local Género	Resultado	Anual	%	Total de hombres y mujeres del sector turismo con competencias certificadas *1 100 / Total de recursos humanos del sector turismo	20%
Proporción de organismos usuarios del Sistema público de Información turística satisfechos con la información disponible	% de organismos usuarios del Sistema público de Información turística satisfechos con la información disponible	Local	Resultado	Anual	%	Total de organismos usuarios del Sistema Público de Información turística satisfechos con la información disponible * 100 / Total de organismos usuarios del Sistema Público de Información turística	20%