

**ESTUDIO DE EVALUACIÓN PROGRAMAS
GIRA DE ESTUDIO Y VACACIONES TERCERA
EDAD 2013
BENEFICIARIOS PRIMARIOS
ID 1591-33-LE13**

Estudio realizado por
Search Consultores
para
Sernatur
Diciembre del 2013

Antecedentes

El Servicio Nacional de Turismo, Sernatur, institución encargada de promover y difundir el desarrollo de la actividad turística de Chile, se ha definido como misión “Ejecutar la Política Nacional de Turismo mediante la implementación de planes y programas que incentiven la competitividad y participación del sector privado, el fomento de la oferta turística, la promoción y difusión de los destinos turísticos resguardando el desarrollo sustentable de la actividad, que beneficien a los visitantes, nacionales y extranjeros, prestadores de servicios turísticos, comunidades y al país en su conjunto.”

En el fortalecimiento de los programas de turismo interno para reducir la estacionalidad de la industria, promover el desarrollo regional y la descentralización, uno de los objetivos de su accionar, ha desarrollado programas sociales donde se encuentran los programas “Vacaciones Tercera Edad” y “Gira de Estudio”, los que cuentan con beneficiarios primarios – empresas asociadas al rubro turístico nacional-- y secundarios –usuarios de los programas. Desde la perspectiva de los beneficiarios primarios estos programas se orientan a generar condiciones que potencien el quiebre de la estacionalidad turística existente en el país, con una alta concentración en la época estival, mientras que los usuarios secundarios de los programas reciben un aporte financiero importante para facilitar la utilización de los servicios turísticos. Los destinos turísticos beneficiados por el Programa “Vacaciones Tercera Edad” se distribuyen en las distintas regiones del país, considerando también Isla de Pascua, mientras que en “Gira de Estudio” los destinos turísticos se encuentran más acotados.

Los programas buscan potenciar la ocupación de los servicios e instalaciones turísticas en temporada media y baja, preferentemente de micro, pequeños y medianos empresarios junto con poner al alcance de adultos mayores y de jóvenes de establecimientos educacionales municipalizados con mayor vulnerabilidad los beneficios del turismo interno.

Los objetivos estos programas sociales buscan contribuir a la modernización de la infraestructura turística del país; a potenciar la generación y mantención de empleos directos e indirectos en las zonas en las que se implementan; a fortalecer el desarrollo económico de la mediana, pequeña y micro empresa; a promover la certificación de calidad de aquellos establecimientos de alojamiento que participan en los programas y a promover la socialización y formación integral de los jóvenes de establecimientos educacionales municipalizados y la socialización y generación de redes en adultos mayores.

Los servicios considerados en los programas corresponden a paquetes turísticos que comprenden el traslado, la estadía en alojamientos turísticos, actividades recreativas, excursiones, city tour, seguro complementario de viaje y guía acompañante, los que son licitados anualmente por empresas turísticas que operan nacionalmente, con la incorporación de operadores locales en cada uno de los puntos en los que se implementan.

Sernatur requiere realizar la evaluación de los resultados obtenidos en la Temporada 2013 del Programa, para lo cual se le asignó a Search Consultores el levantamiento de la información en terreno.

El presente informe corresponde a la evaluación general del estudio en la fase de beneficiarios primarios.

Objetivo Principal

El objetivo principal del estudio es contar con una base de datos que contenga información relevante sobre la ejecución de los Programas Sociales de manera que permita a Sernatur hacer una medición cuantitativa de su desarrollo durante el año 2013 y los niveles de satisfacción de sus beneficiarios.

.

Objetivos Específicos

Los objetivos específicos definidos para el estudio, son los siguientes:

- Determinar la cantidad de personas contratadas y el número de personas que mantienen o mantuvieron su empleo producto de la operación del programa en todas las empresas involucradas directamente en la operación en cada uno de los destinos.
- Conocer si los programas logran atenuar la estacionalidad turística de sus empresas, de los destinos y del sector en general.
- Conocer la generación de nuevos negocios de las empresas participantes de los programas a raíz de su incorporación en éstos.
- Conocer el grado de incidencia de los programas en el mejoramiento de la infraestructura de los establecimientos participantes.
- Conocer los motivos que motivaron la participación y mantención de las empresas en los programas.
- Evaluación de los niveles de satisfacción que presentan los beneficiarios/as primarios respecto a los componentes de los programas.

Metodología

La naturaleza del estudio define un diseño metodológico de carácter cuantitativo, mediante el uso de procedimientos de recolección de datos y de análisis que aseguren su representatividad poblacional y su confiabilidad metodológica..

Diseño metodológico

El estudio se realizó mediante la realización de un survey poblacional con entrevistas telefónicas y aplicación de un instrumento de recolección de información estándar y preestructurado a una muestra de sujetos dueños o gerentes de empresas o instituciones del sector turístico que participaron en los programas Gira de Estudio y Vacaciones Tercera Edad durante el año 2013, la cual será obtenida mediante la aplicación de procedimientos estadísticos que aseguren su representatividad y permitan la generalización de los resultados. La muestra y sus reemplazos fue realizada por Sernatur.

Definición del universo en estudio y del sujeto muestral

El universo del estudio está conformado por el total de beneficiarios primarios/as de la temporada 2013 de los programas Gira de Estudio y Vacaciones Tercera Edad, conformada por preliminarmente por 333 empresas de alojamiento de las distintas regiones del país.

El sujeto muestral de la población de beneficiarios/as primarios/as estará conformado por los ejecutivos o representantes de las empresas presentes en el universo, que cuenten con la información requerida por el estudio.

Diseño muestral

El diseño muestral utilizado en el levantamiento de información fue desarrollado por Search Consultores en conjunto con su contraparte técnica de Sernatur, considerando una distribución de sujetos muestrales por tipo de empresas en cada una de las regiones del país.

Tamaño muestral

La muestra final cuenta con 187 entrevistas distribuidas de la siguiente forma:

Tipo de empresa	n
Alojamiento	76
Alimentación	26
Agencia de Viajes	71
Tour Operador	14
Total	187

Diseño muestral

Para la recolección de la información del estudio poblacional se utilizó un instrumento construido por Sernatur, conformado por un cuestionario de carácter estándar y preestructurado, principalmente con preguntas abiertas y cerradas, con el uso de escalas de evaluación .

Supervisión

El estudio cuenta con un nivel de supervisión del 22% de las entrevistas realizadas.

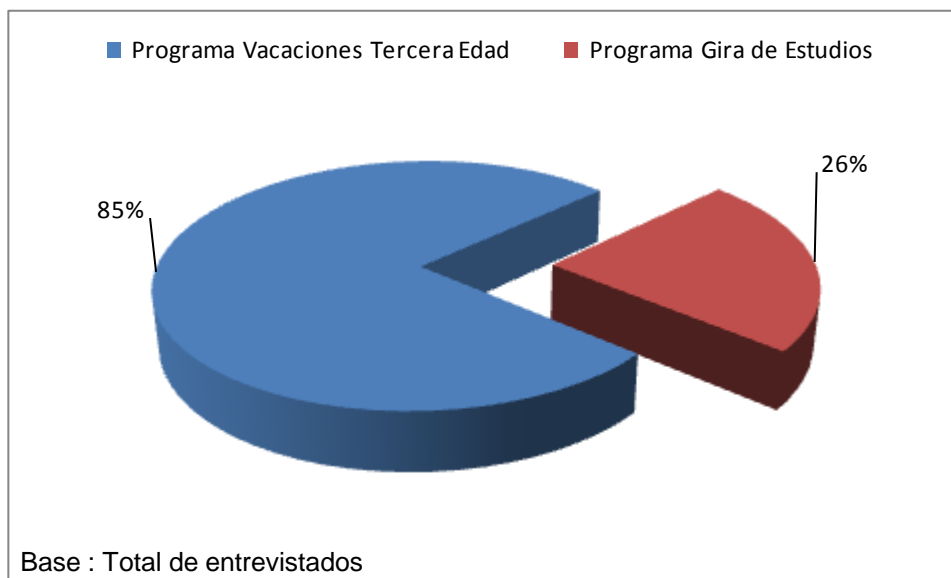
Trabajo de campo

El levantamiento de la información se realizó entre el 7 y 17 de enero del 2014.

PRINCIPALES RESULTADOS

Participación en programas de Turismo Social de SERNATUR

Programa en que participo como empresa el año 2013



Período de funcionamiento durante el año 2013

Meses del año empresa estuvo abierta a público en general año 2013

	Total	Tipo empresa			
		ALOJAMIENTO	ALIMENTACIÓN	AGENCIA DE VIAJES	TOUR OPERADOR
n	(187)	(76)	(26)	(71)	(14)
	%	%	%	%	%
Enero	97	96	100	99	93
Febrero	98	97	100	100	93
Marzo	99	97	100	100	100
Abril	99	99	100	100	100
Mayo	98	97	96	100	93
Junio	99	99	100	100	93
Julio	99	100	100	100	93
Agosto	99	100	100	100	93
Septiembre	99	100	100	100	93
Octubre	98	97	100	97	100
Noviembre	98	96	100	99	100
Diciembre	99	99	100	99	100

Base : Total de entrevistados

Tipos de empresas participantes de los programas

Tipo de sociedad empresas participantes Programas

	Total	Tipo empresa			
		ALOJAMIENTO	ALIMENTACIÓN	AGENCIA DE VIAJES	TOUR OPERADOR
n	(187)	(76)	(26)	(71)	(14)
	%	%	%	%	%
Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)	2	4	0	1	0
Sociedad Anónima (S.A.)	12	17	12	8	7
Sociedad por Acciones (S.P.A.)	1	1	0	1	0
Empresa Individual de Responsabilidad Ltda.(E.I.R.L.)	14	12	15	14	21
Sociedad de Responsabilidad Limitada (Ltda.)	40	37	31	48	36
Persona Natural	27	25	38	24	29
Otras	2	3	0	1	0
No sabe / No responde	2	1	4	1	7

Base : Total de entrevistados

Nacionalidad empresa



Tipo de empresa

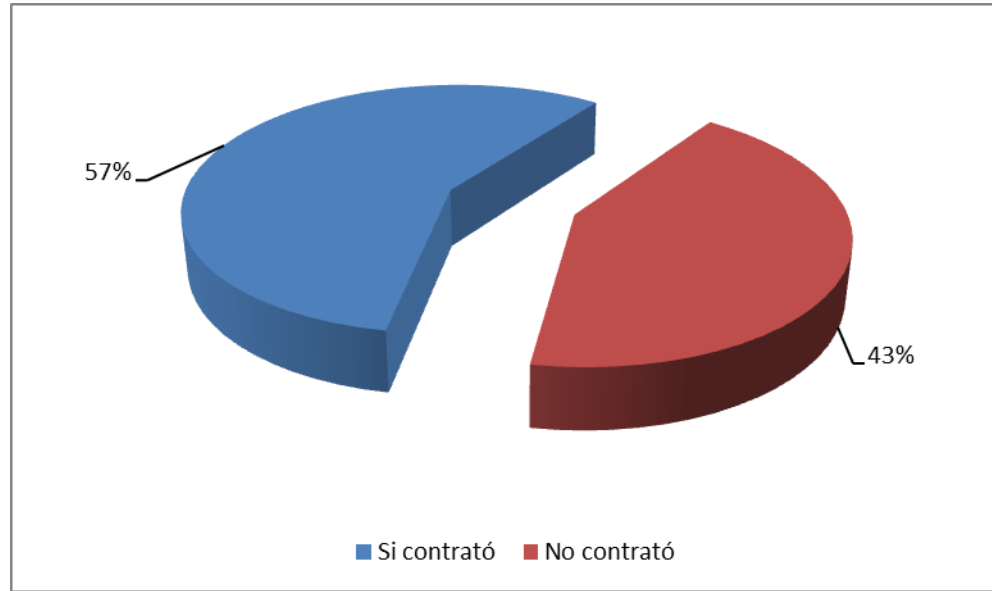
Actividad Principal de la empresa

	Total	Tipo empresa			
		ALOJAMIENTO	ALIMENTACIÓN	AGENCIA DE VIAJES	TOUR OPERADOR
n	(187)	(76)	(26)	(71)	(14)
	%	%	%	%	%
Alojamiento	41	99	4	1	7
Agencia de Viajes	33	0	0	85	14
Operador Turístico Local	12	3	0	13	79
Transporte	1	0	0	1	0
Alimentación	13	0	96	0	0

Base : Total de entrevistados

Contratación de personal

Nivel de contratación de personal por motivos del Programa

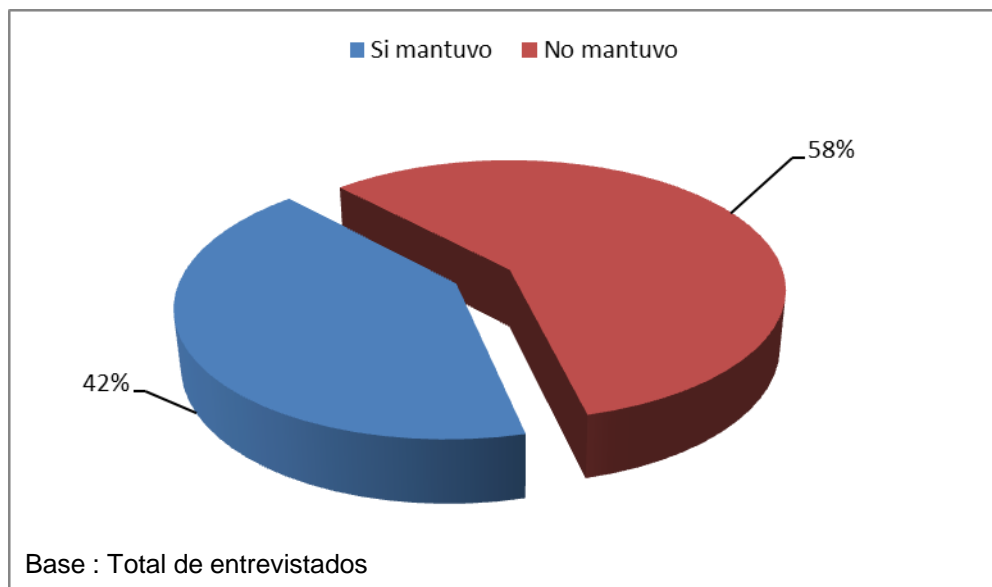


Nivel de contratación de personal por motivos del Programa

	Total	Tipo empresa			
		ALOJAMIENTO	ALIMENTACIÓN	AGENCIA DE VIAJES	TOUR OPERADOR
n	(187)	(76)	(26)	(71)	(14)
	%	%	%	%	%
Si contrató	57	87	58	21	79
No contrató	43	13	42	79	21

Mantenimiento de personal

Nivel de mantención de personal por motivos del Programa

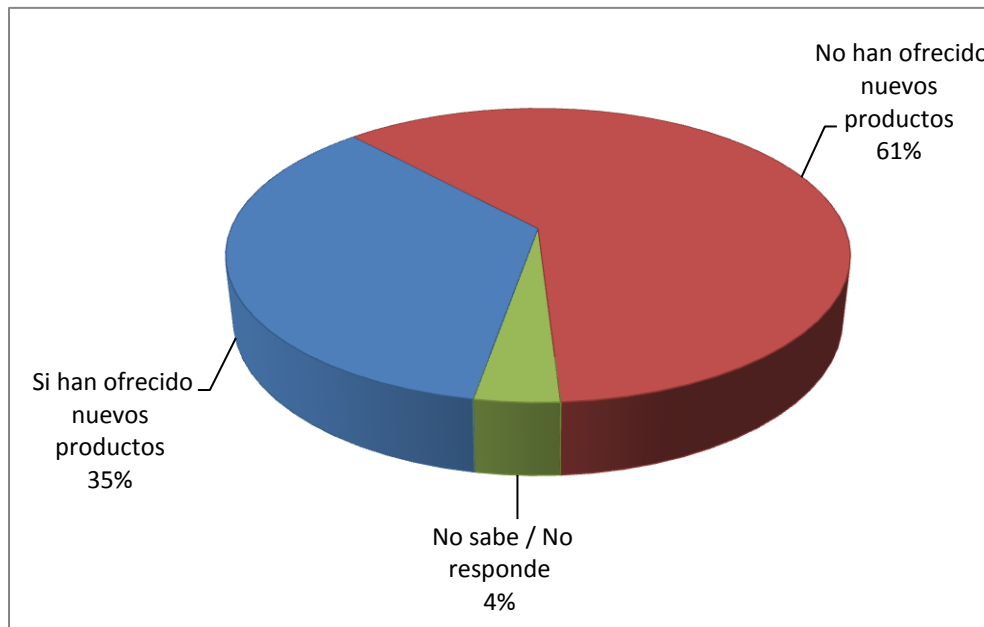


	Total	Tipo empresa			
		ALOJAMIENTO	ALIMENTACIÓN	AGENCIA DE VIAJES	TOUR OPERADOR
n	(187)	(76)	(26)	(71)	(14)
	%	%	%	%	%
Si mantuvo	42	63	35	18	57
No mantuvo	58	37	65	82	43

Base : Total de entrevistados

Oferta de productos nuevos

Nivel de oferta de nuevos productos o servicios por el Programa



Base : Total de entrevistados

Nivel de oferta de nuevos productos o servicios por el Programa

	Total	Tipo empresa			
		ALOJAMIENTO	ALIMENTACIÓN	AGENCIA DE VIAJES	TOUR OPERADOR
n	(187)	(76)	(26)	(71)	(14)
	%	%	%	%	%
Si han ofrecido nuevos productos	35	36	15	41	43
No han ofrecido nuevos productos	61	59	85	55	57
No sabe / No responde	4	5	0	4	0

Base : Total de entrevistados

Productos o servicios nuevos

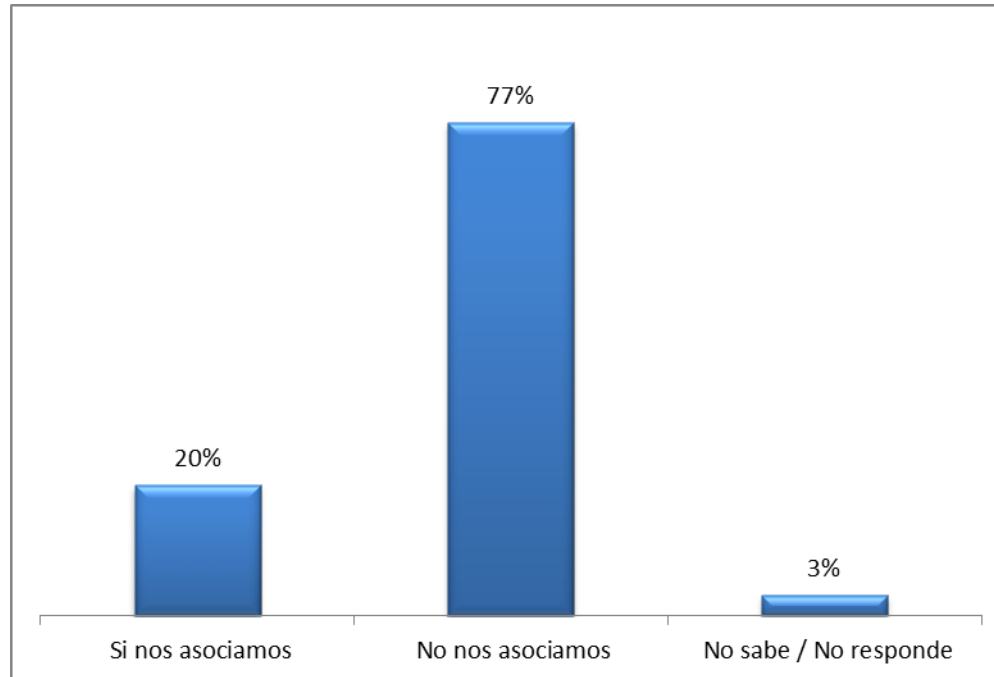
Nuevos productos o servicios ofrecidos por el Programa

	Total	Tipo empresa			
		ALOJAMIENTO	ALIMENTACIÓN	AGENCIA DE VIAJES	TOUR OPERADOR
n	(66)	(27)	(4)	(29)	(6)
	%	%	%	%	%
Nuevas rutas / programas	30	11	0	52	33
Alimentación	23	52	25	0	0
Tour o programas 3a edad	12	7	0	14	33
Excursiones	11	4	25	14	17
Otros	24	26	50	21	17

Base : Declaran haber ofrecido nuevos productos o servicios por el Programa

Nivel de asociatividad producto del programa

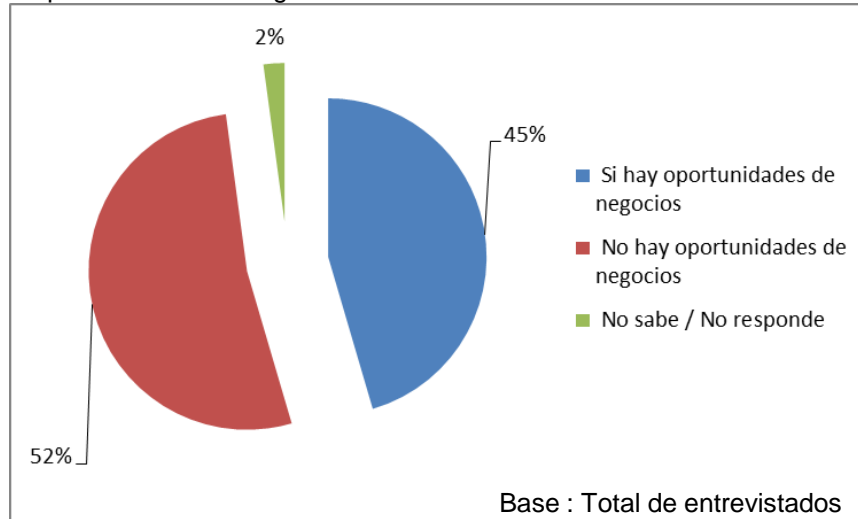
Nivel de asociación con otras empresas o instituciones por programas



Base : Total de entrevistados

Presencia de oportunidades

Oportunidades de negocios abiertas



Nivel de aprovechamiento de oportunidades de negocios



Oportunidades de negocios

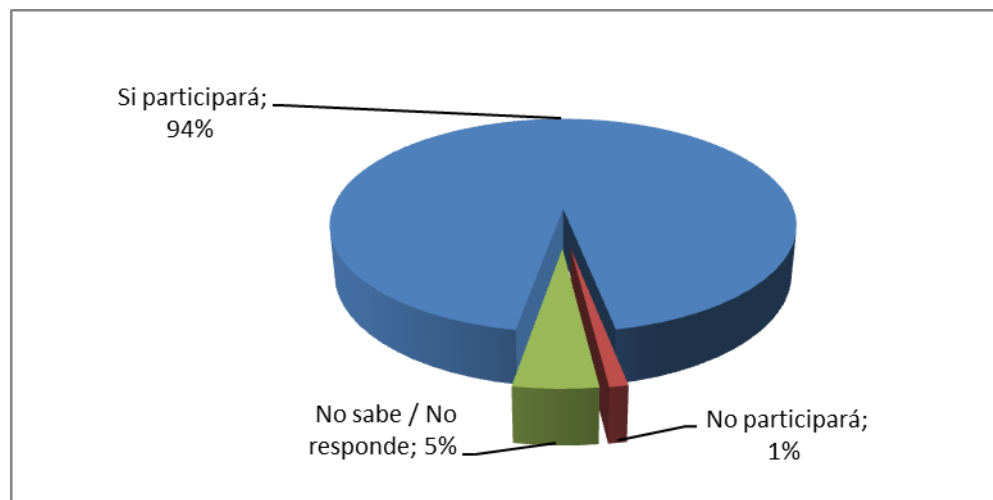
Oportunidades de negocios abiertas

	Total	Tipo empresa			
		ALOJAMIENTO	ALIMENTACIÓN	AGENCIA DE VIAJES	TOUR OPERADOS
n	(85)	(36)	(10)	(31)	(8)
	%	%	%	%	%
Más clientes	26	25	40	23	25
Tour o programas nuevos	20	11	10	35	13
Servicios a segmentos 3a edad	11	11	10	10	13
Giras particulares	6	3	30	3	0
Excursiones	6	6	0	3	25
Alimentación	6	14	0	0	0
Alojamiento	4	3	0	3	13
Otras	21	28	10	19	13
No sabe/ No responde	1	0	0	3	0

Base : Declaran existencia de oportunidades de negocios

Participación en programas Turismo Social SERNATUR 2014

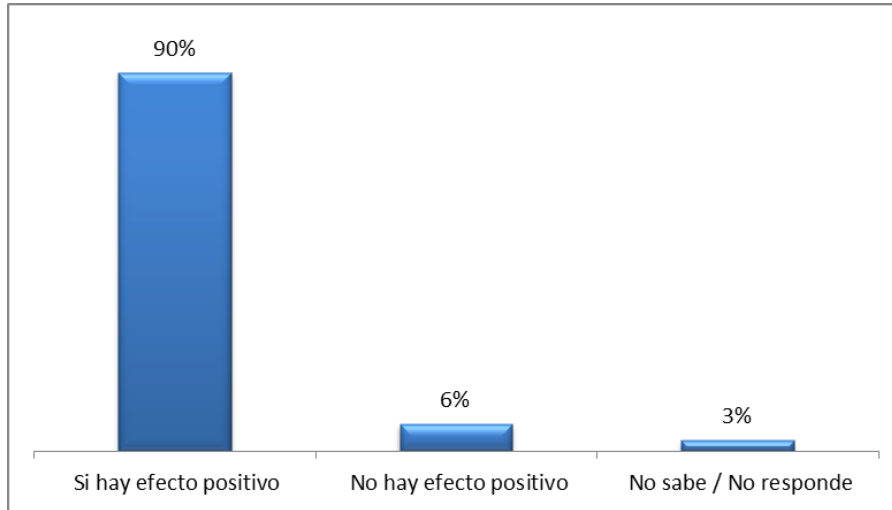
Intención de participar en programas año 2014



Base : Total de entrevistados

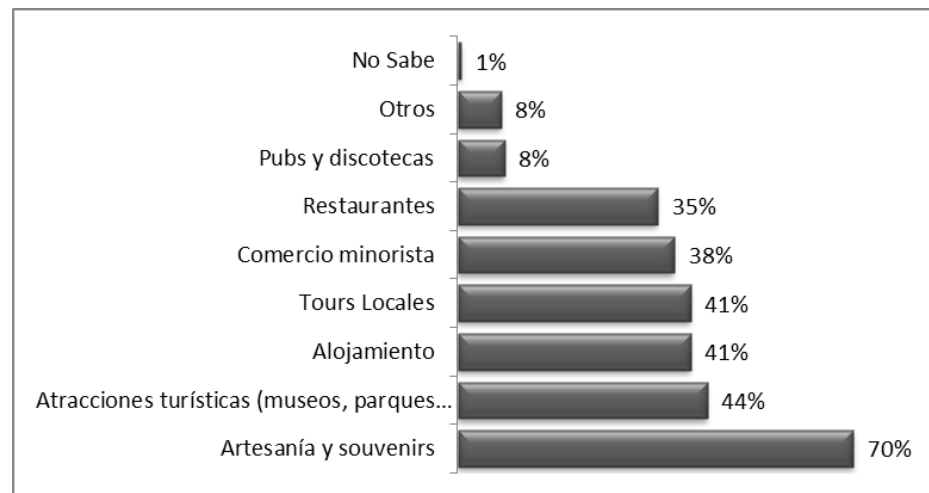
Percepción efectos programas Turismo Social SERNATUR 2014

Nivel de efecto positivo en economía de destinos turísticos



Base : Total de entrevistados

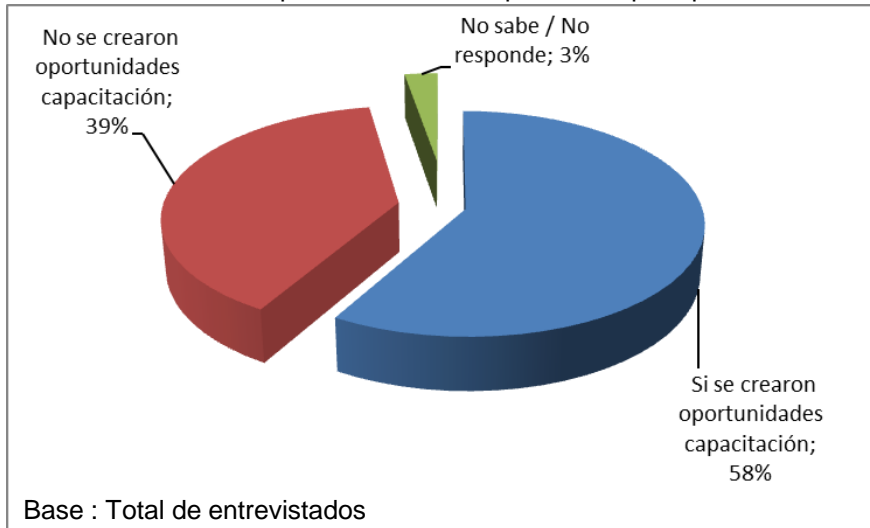
Actividades beneficiadas con efecto económico



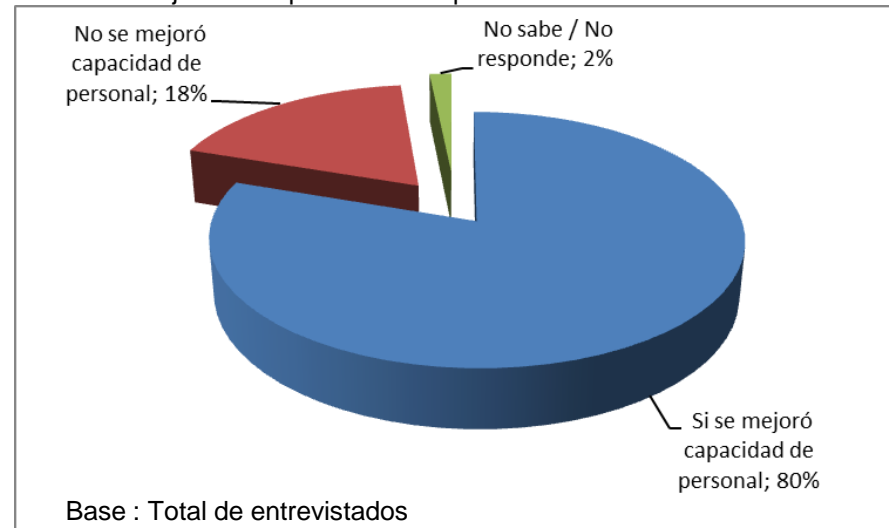
Base : Declaran beneficio por efecto económico

Capacitación motivo de programas Turismo Social

Nivel de creación de oportunidades de capacitación para personal

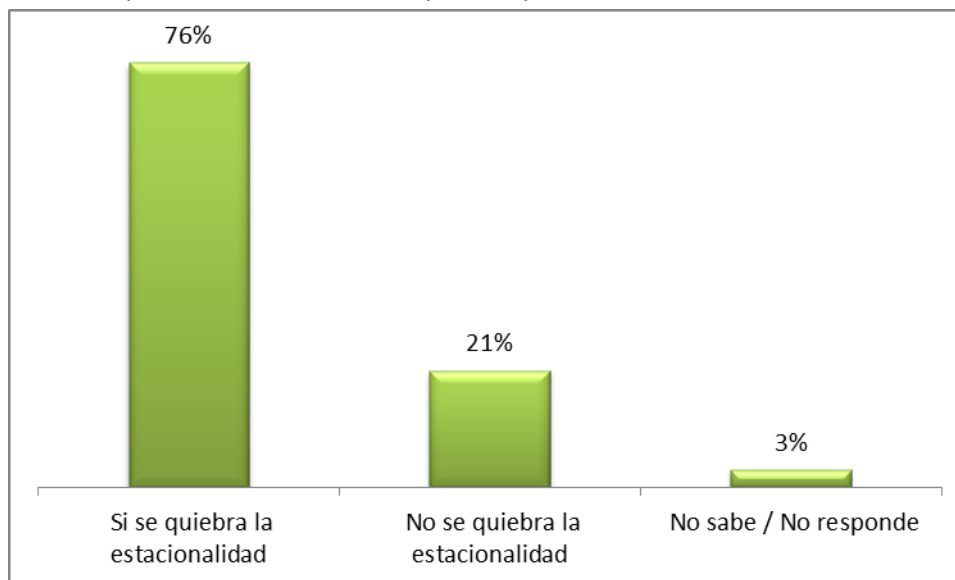


Nivel de mejora de capacidades de personal



Efectos en la estacionalidad

Nivel de quiebre de estacionalidad para empresa



Base : Total de entrevistados

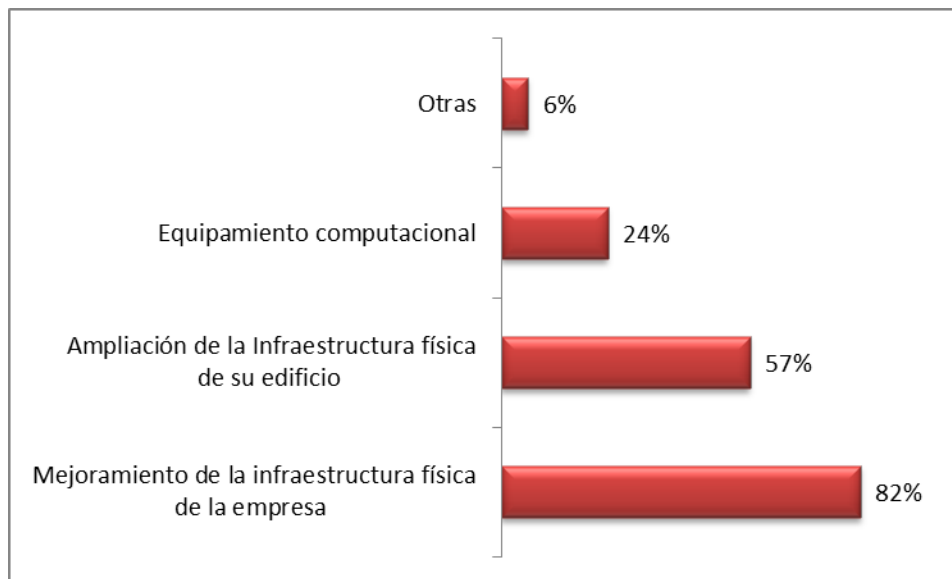
Mejoras en infraestructura motivo de programas

Mejoras de infraestructura

	Total	Tipo empresa			
		ALOJAMIENTO	ALIMENTACIÓN	AGENCIA DE VIAJES	TOUR OPERADOS
	(187)	(76)	(26)	(71)	(14)
	%	%	%	%	%
Si realizaron mejoras en infraestructura	53	76	54	24	71
No realizaron mejoras en infraestructura	43	20	38	72	29
No sabe / No responde	4	4	8	4	0

Base : Total de entrevistados

Nivel de mejora en infraestructura motivado por programa



Base : Declaran haber realizado mejoras en infraestructura

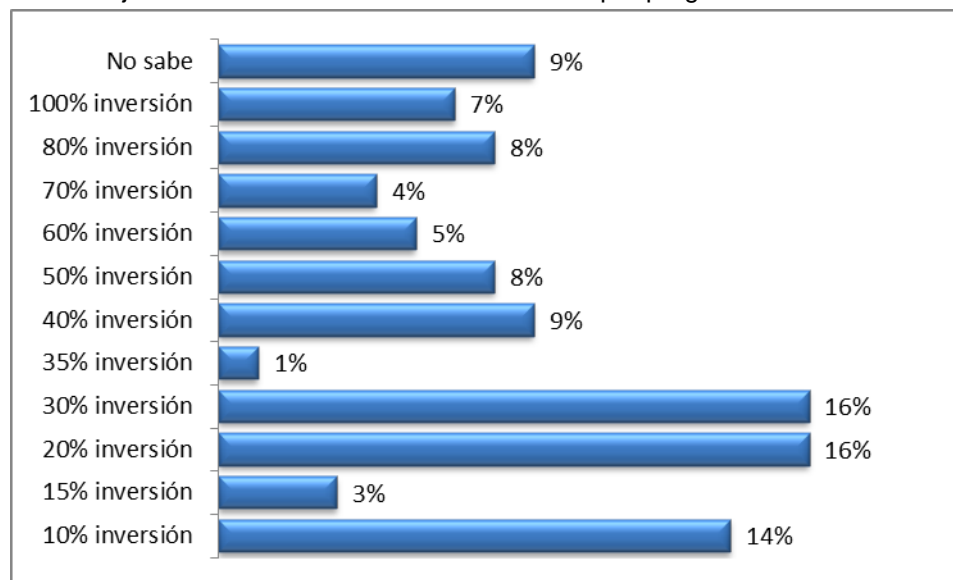
Inversiones en infraestructura motivo de programas

Nivel de inversiones en infraestructura durante 2013 por programa

	Total	Tipo empresa			
		ALOJAMIENTO	ALIMENTACIÓN	AGENCIA DE VIAJES	TOUR OPERADOS
n	(187)	(76)	(26)	(71)	(14)
	%	%	%	%	%
Si	49	75	50	20	57
No	47	24	50	72	43
No sabe / No responde	4	1	0	8	0

Base : Total de entrevistados

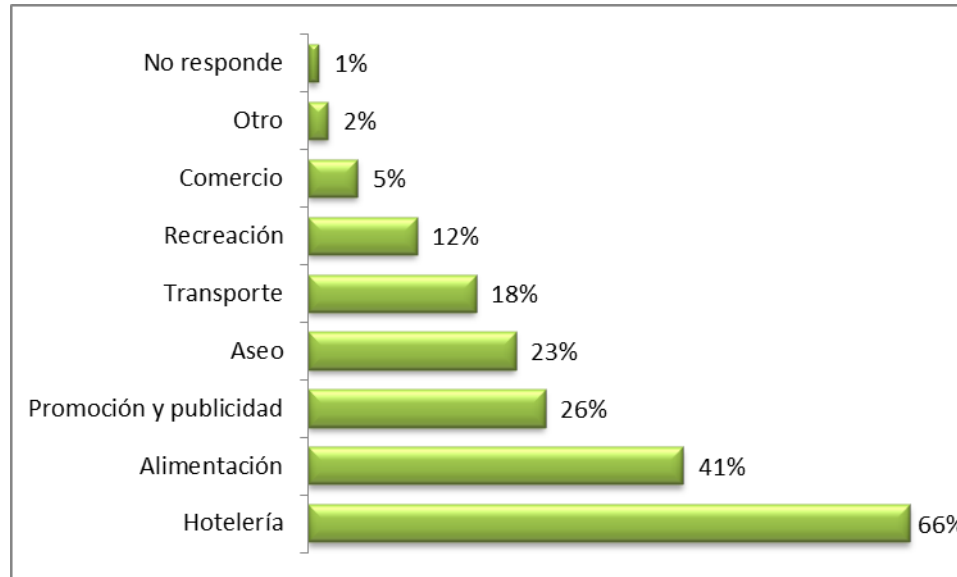
Porcentaje de inversión en infraestructura directa por programas



Base : Declaran haber invertido en infraestructura durante 2013

Inversiones en infraestructura motivo de programas

Áreas de inversión en infraestructura 2013



Base : Declaran haber invertido en infraestructura durante 2013

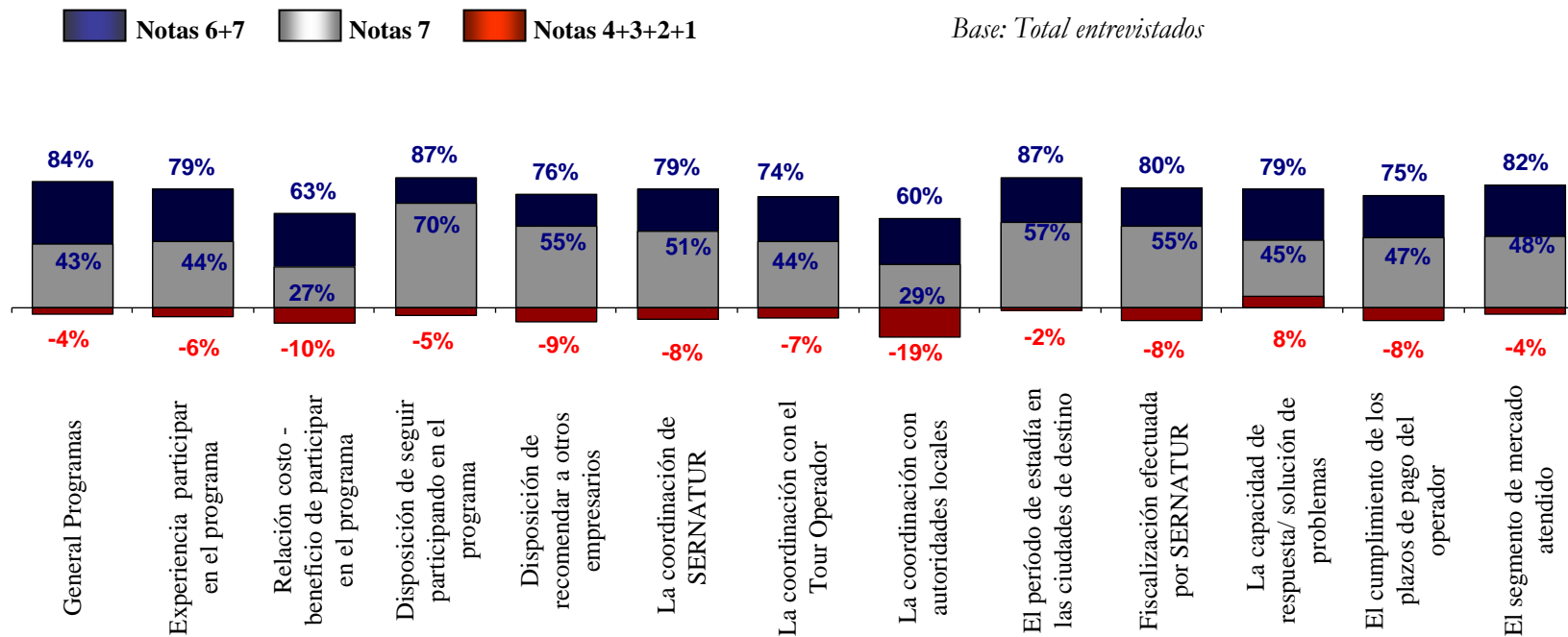
Nivel de satisfacción expectativas en los programas

Nivel de satisfacción de expectativas de participar en programas



Base : Total de entrevistados

Nivel de satisfacción aspectos de los programas



Nivel de satisfacción aspectos de los programas

Evaluación positiva (sumatoria notas 6 + 7)	TOTAL	Tipo empresa			
		ALOJAMIENTO	ALIMENTACIÓN	AGENCIA DE VIAJES	TOUR OPERADOR
	%	%	%	%	%
Nivel de satisfacción con su experiencia de participar en el programa	79	86	88	65	100
Nivel de satisfacción con la relación costo - beneficio de participar en el programa	63	64	80	52	79
Nivel de disposición de seguir participando en el programa	87	86	88	84	100
Nivel de disposición de recomendar a otros empresarios el participar en programas	76	81	81	70	79
Nivel de satisfacción con la coordinación de SERNATUR	79	84	96	67	79
Nivel de satisfacción con la coordinación del Tour Operador	74	74	100	61	86
Nivel de satisfacción con la coordinación con autoridades locales	60	62	67	53	67
Nivel de satisfacción con el período de estadía en las ciudades de destino	87	83	68	96	100
Nivel de satisfacción con la fiscalización efectuada por SERNATUR	80	91	96	57	86
Nivel de satisfacción con la capacidad de respuesta/ solución de problemas	79	87	96	61	93
Nivel de satisfacción con el cumplimiento de los plazos de pago del operador	75	69	96	75	64
Nivel de satisfacción con el segmento de mercado atendido	82	79	100	82	71
Nivel de satisfacción general con el programa	84	83	96	77	100

INFORME DESARROLLO CAMPO

Desarrollo de campo

El trabajo de campo se efectuó utilizando equipos de encuestadores telefónicos desde el call center ubicado en las oficinas centrales de Search Consultores en Santiago.

Se utilizó un equipo de 12 encuestadores, trabajando de lunes a viernes en dos turnos, mañana y tarde, para incrementar la posibilidad de respuesta de acuerdo a los horarios de actividad de cada una de las empresas consideradas en el estudio

Las encuestas de los segmentos de Alojamiento, Alimentación y Tour Operadores no logradas en un primer intento tuvieron un seguimiento permanente de parte de los supervisores con la finalidad de lograr la mayor cantidad de entrevistas, en vista de que se trataba de censos. Las encuestas no logradas fueron exclusivamente por rechazo a la entrevista por parte del sujeto muestral.

En el caso de las agencias de viajes se realizó un sorteo aleatorio dentro de la base de datos disponible y las entrevistas rechazadas o no habidas después de cuatro intentos fueron reemplazadas por la siguiente empresa en la base de datos.

Mecanismo de uso de reemplazos

1. Muestra original se intenta concertar entrevista.
2. Se realizan hasta cuatro intentos por cada sujeto muestral en la fase de terreno, lo cual es complementado por un llamado adicional del supervisor.
3. Los sujetos que no fueron entrevistados de la muestra original, ya sea por que no existe la empresa, sujeto muestral inubicable, empresa no se pudo contactar o rechazo, se procedió a utilizar los reemplazos dispuestos por SERNATUR.
4. En el caso de que el primer reemplazo no pudiera ser entrevistado, luego de cuatro intentos se procedía a reemplazarlo por el segundo reemplazo y así sucesivamente hasta en algunos casos llegar al quinto reemplazo en el caso de las Agencias de Viajes (dependiendo de la disponibilidad de muestra).
5. Finalmente hubo un repaso de la base de datos completa, original y reemplazos para completar la muestra.

Inconvenientes en el desarrollo del trabajo de campo

- Considerar el desarrollo de un estudio en terreno en un período de temporada alta – festividades de fin de año y mes de enero --, lo que generó incremento de rechazo esperado y postergación del terreno por no disponibilidad de los sujetos muestrales.
- Calidad de la base de datos – hubo empresas que no habían trabajado con los programas en período en estudio, y una proporción de teléfonos inexistentes, fuera de servicio o que no correspondían.
- No hubo información enviada por SERNATUR a los sujetos muestrales, motivo por el cuál empresas no respondieron. puesto que los antecedentes solicitados declaraban que ya habían sido entregados a SERNATUR.