

Caracterización, comportamiento y grado de satisfacción con los servicios del turista que visita la región del Maule, Chile

Characterization, behavior and degree of satisfaction with tourist services for those visiting the Maule Region, Chile

María Carolina del Río Riveros¹

Resumen: En Chile el aporte realizado por el turismo receptivo representó un 2,9% del total de bienes y servicios exportados por la economía chilena durante el año 2013. La región del Maule (34°41' Lat. S. y 70°20' Long. O.) posee un turismo aún incipiente, pero cuenta con una atractiva mezcla de cordillera, valle y costa. Por esta razón el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) dividió la región en cuatro destinos turísticos: Curicó Valle y Cordillera, Talca y Valle del Río Maule, Costa Maulina, y Linares Termal y Natural. El objetivo principal de esta investigación fue realizar una caracterización del turista que llega a los cuatro destinos turísticos, conocer su comportamiento y el grado de satisfacción con los servicios e infraestructura turística en el destino. Para caracterizar la demanda turística se utilizó información de la temporada de vacaciones de verano, específicamente la última semana de enero y primera semana de febrero de 2014. El tipo de estudio fue encuesta por conveniencia con entrevista personal. El grupo objetivo fueron turistas, mayores de 18 años, que visitaron las comunas que conforman los cuatro destinos turísticos definidos por SERNATUR. El tamaño de la muestra fue de 620 observaciones a nivel regional, distribuida en 155 observaciones por destino. La edad de los visitantes se concentra entre 26 y 45 años (57,4%). Los visitantes son en su mayoría chilenos, sólo un 3% corresponde a turistas extranjeros. Las personas viajan a la región del Maule principalmente por vacaciones, recreo y ocio (64,9%), además de visita a familiares y amigos (31,9%). Los turistas visitan principalmente termas (29%), viñas (15%) y el casino (13%). La principal conclusión sugiere que los turistas están satisfechos de los servicios turísticos que se les ofrece y de la relación precio/calidad de dichos servicios.

Palabras clave: Turismo receptivo, demanda turística, vacaciones, recreo y ocio, relación precio/calidad.

Abstract: In Chile the contribution made by receptive tourism was 2.9% of the total goods and services exported by the Chilean economy in 2013. Tourism in the Maule Region (34°41' Lat. S. and 70°20' Long. W.) is still in the early stages, but it has an attractive mixture of mountains, valley and coast. For this reason, the National Tourism Service (SERNATUR) has divided the region into four tourist destinations: the Curicó Valley and Cordillera, Talca and the Maule River Valley, the Maule Coast, and Linares – Spa and Nature. The main aim of this study was to characterize the tourists who visit the four tourist destinations, to learn about their behavior and degree of satisfaction with the services and tourism infrastructure at the destination. In order to characterize the tourism demand, data from the summer holiday season were used, specifically the last week of January and first week of February, 2014. The study type was a survey of convenience with a personal interview. The target group were tourists, over 18 years of age, who visited the communes that comprise the four tourist destinations defined by SERNATUR. The sample size was 620 observations at regional level, distributed in 155 observations per destination. The visitors' ages were concentrated between 26 and 45 years (57.4%). The visitors were mostly Chilean, only 3% were foreign tourists. People travel to the Maule Region mainly for vacations, recreation and leisure (64.9%), and to visit friends and relatives (31.9%). The tourists mainly visit spas (29%), vineyards (15%) and the casino (13%). The main conclusion suggests that tourists are satisfied with the tourism services on offer and with the price/quality ratio of these services.

Keywords: Receptive tourism, tourism demand, vacations, recreation and leisure, price/quality ratio.

(Presentado: 16 de abril del 2015 Aceptado: 28 de junio del 2015)

¹ Magister en Desarrollo y Comportamiento Organizacional, docente Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Talca, Chile. Ex Directora Observatorio Turístico Región del Maule. cdelrio@utralca.cl

INTRODUCCIÓN

En Chile, durante el año 2013, hubo un ingreso de divisas por concepto de turismo receptivo de US\$2.581 millones, cifra que considera el gasto desembolsado por visitantes extranjeros en el país; calificada esta cantidad como exportación supera en un 30,6% a los ingresos generados por la industria vitivinícola y en un 13,6% a los productos forestales o provenientes de la madera. Así, el aporte realizado por el turismo receptivo durante el año 2013, representó un 2,9% del total de bienes y servicios exportados por la economía chilena (Instituto Nacional de Estadísticas, 2014).

Durante el mismo año, ingresaron a Chile más de 3,5 millones de turistas extranjeros, un aumento de 0,6% respecto del año 2012, de los cuales alrededor de 2,2 millones llegaron a establecimientos de alojamiento turístico; sus arribos predominaron en la zona centro del país, la cual está conformada por las regiones de Valparaíso, Metropolitana, Coquimbo y Maule; en ella se concentra el 53,6% de las llegadas (Instituto Nacional de Estadísticas, 2014).

Sin embargo, entre las cuatro regiones antes mencionadas, la séptima ocupa el último lugar en cuanto a llegada de turistas, tanto chilenos como extranjeros, y el décimo lugar respecto del total de llegadas de turistas comparando con la totalidad de regiones del país.

El Maule cuenta con una menor cantidad de establecimientos de alojamiento turístico (266) en comparación a las regiones consideradas como zona central, la capacidad total de habitaciones ofrecidas entre hoteles, moteles, residenciales y apart-hotel durante el año 2013, alcanzó a 1.754, y a su vez las tasas de ocupabilidad de las habitaciones para estos establecimientos fueron de 31%, 9%, 19,5% y 37,3%, respectivamente; lo que posiciona al Maule entre las regiones con menores tasas de ocupación.

CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA POR TURISMO

EN LA REGIÓN DEL MAULE, TEMPORADA DE VERANO 2014

Para conocer las características de la demanda turística se deben analizar variables que se relacionen con el perfil socioeconómico del turista, como la edad, nacionalidad, categoría profesional, gasto diario medio y presupuesto vacacional y variables que reflejen el comportamiento de la estancia turística como tipo de viaje, alojamiento, duración de las visitas y actividades que se realizan. Para Lloret-Feijoo (2010), estas últimas variables se pueden conocer a través de la opinión de los visitantes sobre las motivaciones del viaje, alojamientos, restauración, servicios, precios y entorno, además del grado de satisfacción de las anteriores.

OBJETIVO GENERAL

Conocer las características del turista que llega a los cuatro destinos turísticos de la Región del Maule -Curicó, valle y cordillera; Talca y Valle del Río Maule; costa maulina y Linares, termal y natural- considerando variables demográficas, de comportamiento y grado de satisfacción.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar el perfil socioeconómico del turista que visita la Región del Maule.

Conocer el comportamiento del turista en el destino, identificando, tipo de alojamiento utilizado, motivo del viaje, medio de transporte utilizado, medio por el que se informó del destino, actividades realizadas y composición del gasto.

Conocer el grado de satisfacción del turista con los servicios e infraestructura turística en el destino.

METODOLOGÍA

El Observatorio Turístico de la Región del Maule (OTUR-

MAULE) realizó estudios de demanda turística actual durante el año 2014 en temporada de vacaciones de verano, específicamente en la última semana de enero y primera semana de febrero de 2014. Los lugares donde se efectuaron estos estudios fue en los cuatro destinos turísticos -definidos por el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) que tiene la Región del Maule: Curicó, valle y cordillera; Talca y Valle del Río Maule; costa maulina y Linares, termal y natural.

El tipo de estudio fue encuesta por conveniencia con entrevista personal.

El grupo objetivo fueron turistas (visitantes que pernoctan al menos 1 día en el destino), mayores de 18 años que concurren a las comunas que conforman los cuatro destinos turísticos definidos por el SERNATUR.

El tamaño de la muestra fue de 620 observaciones a nivel regional, distribuida en 155 observaciones por destino.

Para los estudios de demanda turística actual se investigó acerca de las variables socio demográficas del turista: Sexo, edad, situación laboral, nivel educacional/profesional, residencia de origen, variables del comportamiento del turista y satisfacción, tales como: tipo de alojamiento utilizado, medio de transporte utilizado, actividades realizadas, composición de gasto y grado de satisfacción con los servicios ofrecidos y con la infraestructura turística en el destino.

RESULTADOS

Datos demográficos

Según el informe de Demanda Turística realizado por el Observatorio Turístico de la Región del Maule (OTURMAULE, 2014), que se realizó con una muestra de 620 visitantes, se obtiene que el ingreso familiar promedio del 57.6% de los turistas reportó estar entre \$1.700.000 - \$500.000, luego un 25,3% del total de visitantes encuestados dice tener un nivel de ingreso menor a \$500.000 y el porcentaje res-

tante (17,1%) dice tener un nivel de ingreso mayor a \$1.700.000.

La edad de los turistas está entre los 26 y 45 años que concentran un 57,4% del total de encuestados. Adicionalmente, los que visitan la región corresponden mayoritariamente a individuos chilenos con un 96,9%. Del resto -alrededor del 3%-, corresponde a turistas extranjeros.

Comportamiento del turista

Preferencias de alojamiento

Entre los lugares de alojamiento en la región preferidos por los turistas destaca la estadía en casa o departamento de familia o amigos, 48%; seguido por la utilización de hoteles, 9%; y sólo un 2,1% de los turistas arrienda casa o departamento.

Motivos del viaje

Según el OTURMAULE los motivos por los que las personas viajan a la Región del Maule son, principalmente, por vacaciones, recreo y ocio, además de visita a familiares y amigos, que alcanzan un 64,9% y 31,9%, respectivamente. El resto de los turistas viajan por motivos religiosos, salud, compras, reuniones o conferencias, razones profesionales, negocios, educación y formación. Estos turistas no alcanzan el 1% cada uno.

Medio de transporte

Como medio de transporte, el 63,3% de los turistas utiliza vehículo propio y un 34% de ellos viaja en bus. Medio por el que se informó del destino Un 75% de los turistas reporta haber estado antes en el destino y un 17% se informó por recomendación. Solo un 1.7% de los turistas se informó por internet.

Actividades realizadas en destino

Las actividades se dividieron en culturales, deportivas y de esparcimiento.

Un 85% de los turistas manifiestan realizar actividades culturales, de éstas destacan principalmente la gastronomía típica con un 65%, luego le sigue la visita a centros artesanales, con aproximadamente un 45% y finalmente un 42% de los turistas visitó parques y reservas, y concurre a fiestas tradicionales, ambas con un 19% de las preferencias.

Respecto a las actividades deportivas, un 42% de los turistas afirma haber hecho algún deporte. Los más frecuentes son las cabalgatas y el trekking.

Las actividades de esparcimiento que corresponden a un 44% de los turistas se desglosan así: Un 29% va a termas, un 15% visita las viñas de la región y un 13% concurre al casino.

Composición de gasto

Respecto al gasto individual estimado del turista en la región, se tiene lo siguiente:

El gasto promedio total individual declarado por los turistas es de \$30.462.

El gasto promedio individual en restaurantes es de

\$6.217, que correspondería a un 20% aproximado del gasto total declarado.

El gasto promedio individual en alojamiento es de \$8.826, que correspondería a un 30% aproximado del gasto total declarado.

El gasto promedio individual en actividades turísticas es de \$6.874, que correspondería a un 20% aproximado el gasto total declarado.

El gasto promedio individual en otras actividades es de \$8.545, que correspondería a un 30% aproximado del gasto total declarado.

Nivel de satisfacción con el producto turístico de la Región del Maule

Para el SERNATUR los elementos mínimos que componen un producto turístico son:

Atractivo turístico.

Servicios turísticos.

Infraestructura.

Comunidad local.

Percepción – imagen – emoción

Los anteriores componentes son definidos en la tabla siguiente:

Tabla 1. Definiciones componentes producto turístico

Componente del producto turístico	Definición
Atractivo turístico	“Lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico” (Servicio Nacional de Turismo, 2008).
Servicio turístico	Requeridos y consumidos por los turistas. Alojamiento, agencias de viaje, transporte, alimentación, etc.
Infraestructura	Bienes y servicios con que cuenta el país. Red de transportes, servicios básicos, redes comunicacionales.
Comunidad local	Habitantes y sus costumbres y tradiciones.
Percepción - imagen - emociones	Sensación que genera el destino en el turista.

Fuente: Elaboración propia a partir de información entregada por SERNATUR, 2008.

Para este artículo se hará referencia a las preferencias de los visitantes por atractivos turísticos de la región y al grado de satisfacción de los visitantes por los servicios turísticos e infraestructura turística en la región del Maule durante la temporada de vacaciones de verano 2014.

Según los estudios del Observatorio Turístico de la Región del Maule, Informe de Demanda Turística Actual Temporada de Verano, 2014, entre los atractivos que ofrece la región se encuentran:

La Precordillera maulina, sus termas y sus parques nacionales tales como: Radal 7 Tazas, en Molina; el Parque Nacional El Belloto del Melado, en Colbún; y Altos del Lircay en Vilches Altos.

La costa maulina con extensas y descontaminadas playas de arenas negras desde Vichuquen a Curanipe.

Otro atractivo turístico es la Ruta del Vino, que permite al visitante conocer sus bodegas, casas patronales y el proceso de elaboración y envasado del vino y acoge a 15 viñas de las provincias de Talca y Linares.

En cuanto a los servicios turísticos de alojamiento, el 95,6% de los turistas están satisfechos a muy satisfechos, y en lo que se refiere a la evaluación precio/calidad del servicio de alimentación, el visitante está satisfecho en un 95%.

En relación a la Infraestructura, se evaluó la calidad del servicio del Terminal de Buses, la calidad de la infraestructura para llegar al destino, la calidad de la infraestructura del destino turístico, la señalización caminera, la calidad de la infraestructura de los pasos fronterizos y la calidad de la infraestructura ferroviaria del destino. La evaluación para cada uno de ellos fue la siguiente: la infraestructura vial para llegar a destino fue evaluada como satisfactoria a muy satisfactoria por un 88,5% de los visitantes y la infraestructura del destino, un 85,1% la evaluó como satisfactoria y muy satisfactoria. La calidad de los pasos fronterizos y la calidad de la infraestructura ferroviaria el 85% de los encuestados la evaluó

como satisfactoria a muy satisfactoria. La señalización caminera fue la mejor evaluada con un 90,1% de los visitantes satisfechos y muy satisfechos. La infraestructura del Terminal de Buses fue la que obtuvo la más baja evaluación en relación a las anteriores, el 78,8% de los visitantes declararon estar satisfechos a muy satisfechos.

CONCLUSIONES

Los turistas que llegan a la Región del Maule en general están satisfechos de los servicios turísticos que se les ofrece y de la relación precio/calidad de los mismos, sin embargo es deseable que se aumente el gasto que se realiza en la región para mejorar el ingreso per cápita regional. Éste es de \$142.000 mensual y el ingreso mensual por hogar es de \$470.000, siendo el más bajo de Chile (Compendio Estadístico/2012). Por lo tanto, se hace necesario aumentar de ingreso de la región.

El turismo puede ser una alternativa y se puede hacer por dos vías complementarias, por una parte vendiendo el turismo de la región como un producto turístico, es decir vender un conjunto de actividades turísticas tanto en la precordillera, valles y costas, agregando a lo anterior, alojamientos y servicios de alimentación y transporte. Para ello debe haber mucha coordinación entre todos estos oferentes turísticos ya que el turista requiere de muchos servicios diversos en su estadía y que deben estar organizados.

Esta oferta debe mostrarse al público en diferentes medios escritos, visuales y virtuales, como también en agencias de turismo de todo el país, de tal manera que llegue una mayor cantidad de visitantes por primera vez ya que la mayoría de los turistas que llegan a la región actualmente es porque ya la han visitado con anterioridad. Por otro lado será conveniente en un futuro aumentar los tipos y calidades de ofertas turísticas según los deseos y requerimientos del turista potencial. Para esto se requerirá efectuar otro estudio que entregue información al respecto.

REFERENCIAS

Furió, E. (2000). Globalización y mercado turístico, análisis del caso español. Buenos Aires: Estudios y perspectivas en turismo.

Instituto Nacional de Estadísticas. (2014). Turismo, Informe anual 2013. Santiago de Chile: Departamento de Comunicaciones e Imagen Corporativa.

Lloret Feijóo M. y otros. (2010). El Turismo en el desarrollo local de Villa Clara, Cuba. Biblioteca virtual de derecho, economía y ciencias sociales. www.eumed.net

López, J. (Agosto de 2004). Benidorm, presente y futuro de un producto turístico. Obtenido de Benidorm, presente y futuro de un producto turístico: <http://www.eumed.net/ce/2004/jjls-benidorm.htm>

Naciones Unidas. (2010). Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo. Madrid/Nueva York.

Observatorio Turístico de la Región del Maule, Chile. (2014). Informe de demanda turística actual temporada de verano 2014.

Organización Mundial de Turismo. (2008). Introducción al turismo. UNWTO ELibrary.

Servicio Nacional de Turismo SERNATUR. (2012). Estrategia Nacional de Turismo 2012 - 2020. Santiago de Chile.

Servicio Nacional de Turismo. (2008). Glosario de turismo. Santiago: Boletín técnico N° 1.