



ESTUDIO SOBRE DEMANDA EN ASTROTURISMO EN CHILE

RESUMEN DE LOS PRINCIPALES RESULTADOS

Ejecuta:



Con el apoyo de:



ESTUDIO DE DEMANDA DE ASTROTURISMO

Objetivo general

Caracterizar la demanda actual y potencial de turismo astronómico en Chile para orientar el mejoramiento de los productos de turismo astronómico ofrecidos y su promoción tanto en Chile como en el extranjero.

Objetivos específicos

1. Caracterizar a la demanda actual de astroturismo en aspectos **sociodemográficos y comportamiento turístico**.
2. Identificar las percepciones de la demanda sobre la actual oferta astroturística chilena (**satisfacción**) .
3. Explorar la demanda potencial de astroturismo, identificando características y comportamiento, para **proponer perfiles de segmentos relevantes**.
4. Elaborar **recomendaciones para el mejoramiento de la oferta** de turismo astronómico y su promoción tanto en Chile como en el extranjero.

METODOLOGÍA

Objetivos	Encuesta de Astroturismo	Fichas de registro oferentes astroturismo	Entrevistas a oferentes astroturismo	Análisis de medios web	Entrevistas a tour operadores masivos receptivos
Caracterización de demanda actual	0	0	0		0
Identificación de percepciones	0			0	
Explorar demanda potencial	0		0		0
Elaborar recomendaciones	0			0	0

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS: UNIVERSOS Y MUESTRAS

INSTRUMENTO	UNIVERSO	APLICACIÓN	MUESTRA INICIAL	MUESTRA FINAL
Encuesta nacional de turismo astronómico	Consumidores de astroturismo en Chile	Presencial Autoaplicada	903 respuestas	627 respuestas
Fichas de registro	129 oferentes	Presencial /telefónica Aplicada por investigador	84 oferentes	68 oferentes
Entrevistas a oferentes	129 oferentes	Presencial /telefónica Aplicada por investigador	84 oferentes	68 oferentes
Entrevistas a tour operadores receptivos	Indefinido	Presencial Aplicada por investigador	10 empresas	5 empresas

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS: PRINCIPALES RAZONES DE EXCLUSIÓN.

- No se logra contactar a los oferentes (no contestan).
- Se logra contactar a oferentes, pero a la fecha de realización del estudio (trabajo de campo), ya no tienen oferta de astroturismo.
- Se logra contactar a oferentes, pero no están interesados en participar del estudio.
- Para el caso de la encuesta, se excluyeron oferentes por diversas razones metodológicas:
 - Oferta de astroturismo es parte de un producto integral que dificulta la evaluación específica de este componente.
 - Oferta de astroturismo no está estructurada (funciona a solicitud)
 - Oferta no disponible o con muy baja cantidad de visitas durante período de aplicación de encuesta.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS: MUESTRAS ANÁLISIS TRIPADVISOR©

Cantidad de oferentes (análisis de calificaciones)

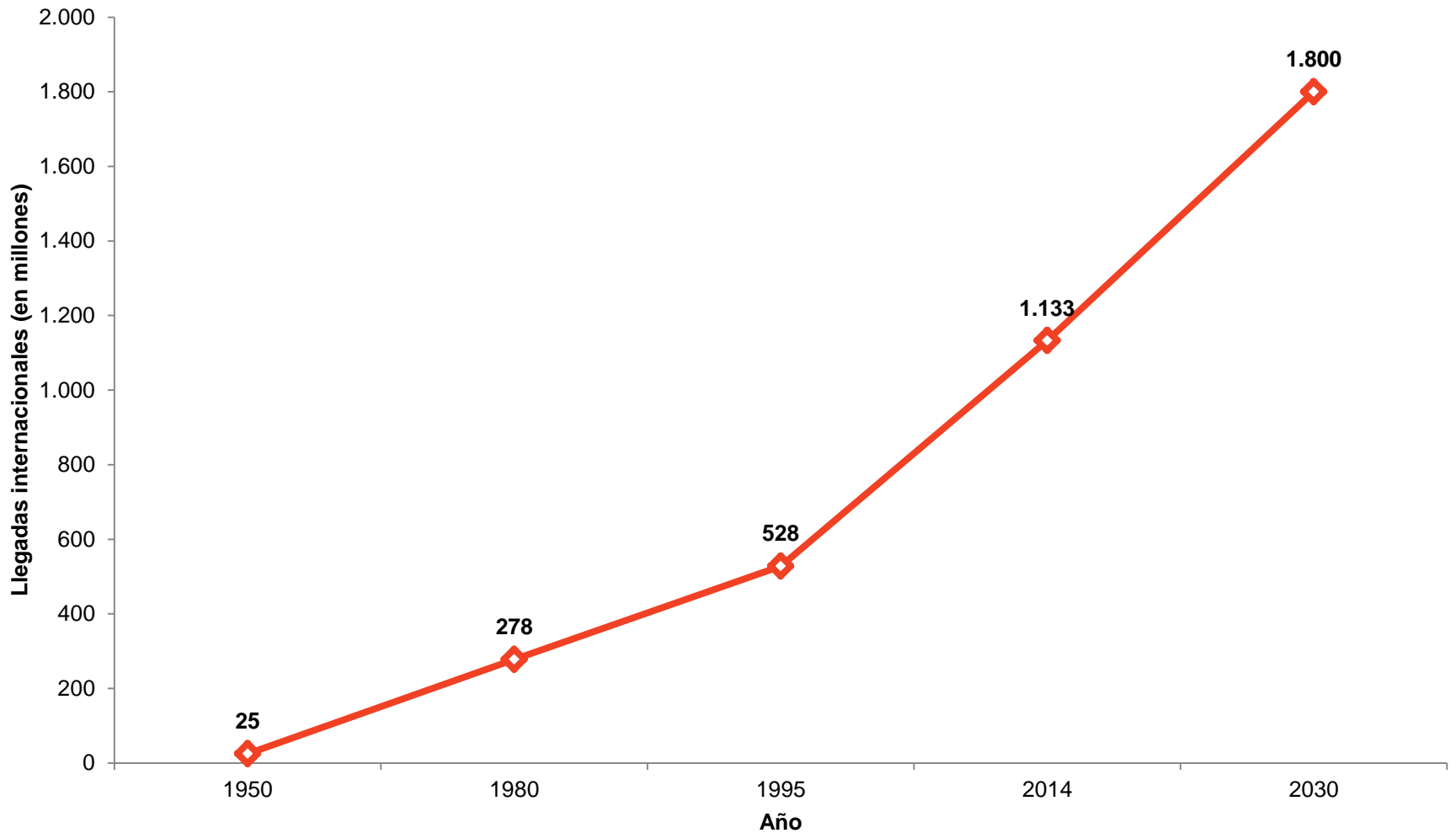
Tipo de oferta	Antofagasta	Coquimbo	Metropolitana	Total
Astroturística	17	27	7	51
No astroturística	341	315	1423	2079
TOTAL	358	342	1430	2130

Cantidad de comentarios a oferta astroturística (análisis de comentarios)

	Antofagasta	Coquimbo	Metropolitana	Total
Comentarios a oferta astroturística	2626	900	304	3830
Porcentaje	69%	23%	8%	100%

1. LA DEMANDA TURÍSTICA EN EL MUNDO Y EN CHILE

CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN EL MUNDO



Fuente: OMT, 2015

EL TURISMO EN 2014

- 1.133 millones de llegadas internacionales.
- 6 mil millones de turistas internos.
- Los ingresos mundiales por turismo internacional alcanzaron la cifra de 1.245.000 millones de dólares.
- 9% del PIB mundial, entre aporte directos e indirectos.
- Generó 1 de cada 11 empleos en el mundo.
- Las llegadas internacionales crecen al 4,3% y los ingresos por turismo internacional crecen al 3,7%, lo que la convierte en una de la industrias de mayor crecimiento en el mundo (La economía mundial creció al 3,3% en 2014, de acuerdo al FMI)



**1 BILLION
TOURISTS
BILLION
OPPORTUNITIES**

A dark orange silhouette of a person walking, carrying a shoulder bag and pulling a rolling suitcase. The figure is positioned to the right of the main text, partially overlapping the word "TOURISTS".



- **3.674.391** llegadas internacionales en 2014 (incremento de 2,7% respecto al año anterior), que equivale a 0,3% de las llegadas internacionales del mundo.
- Aproximadamente, **US\$ 2.500 millones** por concepto de turismo internacional (0,2% del gasto mundial).
- **US\$ 4.700 millones** por concepto de turismo interno.
- Aporta **3,2%** del PIB nacional.
- Aporta **9,1%** del empleo.
- En exportaciones, la industria turística (US\$2.671 millones) es más importante que la forestal (US\$ 2.548 millones) o la vitivinícola (US\$1.863 millones).

LOS TURISTAS INTERNACIONALES

País Origen	Llegadas	Pernoctaciones (noches)	Gasto promedio diario (US\$)
Argentina	1.468.812	6,5	49,3
Bolivia	383.834	4,1	30,6
Brasil	365.321	7,0	144,5
Perú	332.461	5,4	40,6
Estados Unidos	176.720	15,4	76,2
España	82.179	21,2	72,4
Colombia	79.523	16,6	73,3
Alemania	67.163	20,1	62,9
Francia	65.058	20,3	59,3
Australia	44.943	9,6	96,8

Fuente: SERNATUR, Barómetro de turismo, 2014

LOS TURISTAS INTERNACIONALES

País Origen	Llegadas	Pernoctaciones (noches)	Gasto promedio diario (US\$)
Argentina	1.468.812	6,5	49,3
Bolivia	383.834	4,1	30,6
Brasil	365.321	7,0	144,5
Perú	332.461	5,4	40,6
Estados Unidos	176.720	15,4	76,2
España	82.179	21,2	72,4
Colombia	79.523	16,6	73,3
Alemania	67.163	20,1	62,9
Francia	65.058	20,3	59,3
Australia	44.943	9,6	96,8

Fuente: SERNATUR, Barómetro de turismo, 2014

Predominan los turistas de mercados de corta distancia.

La mayor cantidad de turistas internacionales proviene de Argentina.

LOS TURISTAS INTERNACIONALES

País Origen	Llegadas	Pernoctaciones (noches)	Gasto promedio diario (US\$)
Argentina	1.468.812	6,5	49,3
Bolivia	383.834	4,1	30,6
Brasil	365.321	7,0	144,5
Perú	332.461	5,4	40,6
Estados Unidos	176.720	15,4	76,2
España	82.179	21,2	72,4
Colombia	79.523	16,6	73,3
Alemania	67.163	20,1	62,9
Francia	65.058	20,3	59,3
Australia	44.943	9,6	96,8

Fuente: SERNATUR, Barómetro de turismo, 2014

Los turistas de los mercados de larga distancia (especialmente Europa) son los que permanecen más días en Chile.

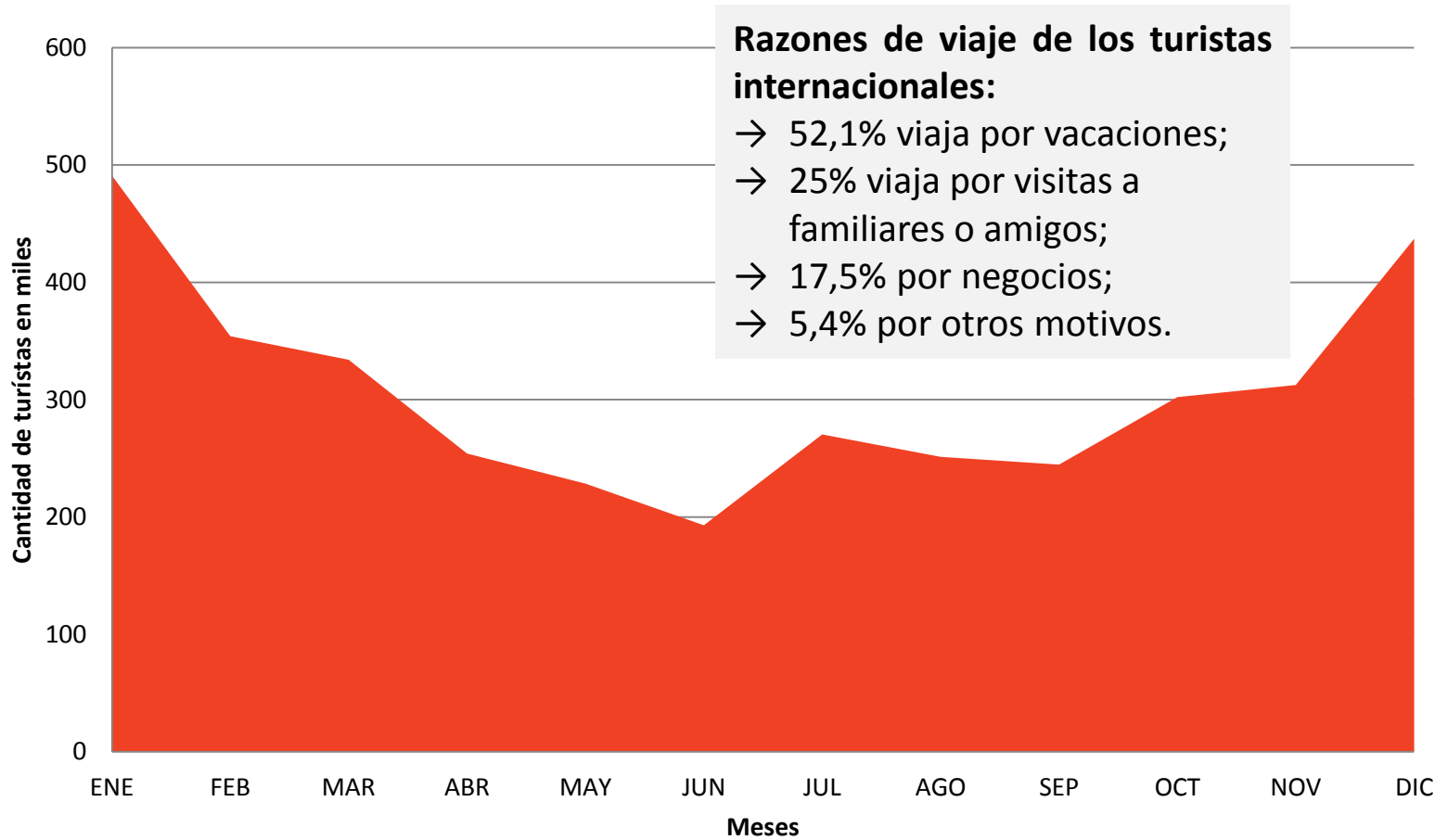
LOS TURISTAS INTERNACIONALES

País Origen	Llegadas	Pernoctaciones (noches)	Gasto promedio diario (US\$)
Argentina	1.468.812	6,5	49,3
Bolivia	383.834	4,1	30,6
Brasil	365.321	7,0	144,5
Perú	332.461	5,4	40,6
Estados Unidos	176.720	15,4	76,2
España	82.179	21,2	72,4
Colombia	79.523	16,6	73,3
Alemania	67.163	20,1	62,9
Francia	65.058	20,3	59,3
Australia	44.943	9,6	96,8

Fuente: SERNATUR, Barómetro de turismo, 2014

Los turistas brasileños son quienes tienen el gasto promedio diario más alto.

ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA TURÍSTICA INTERNACIONAL EN CHILE



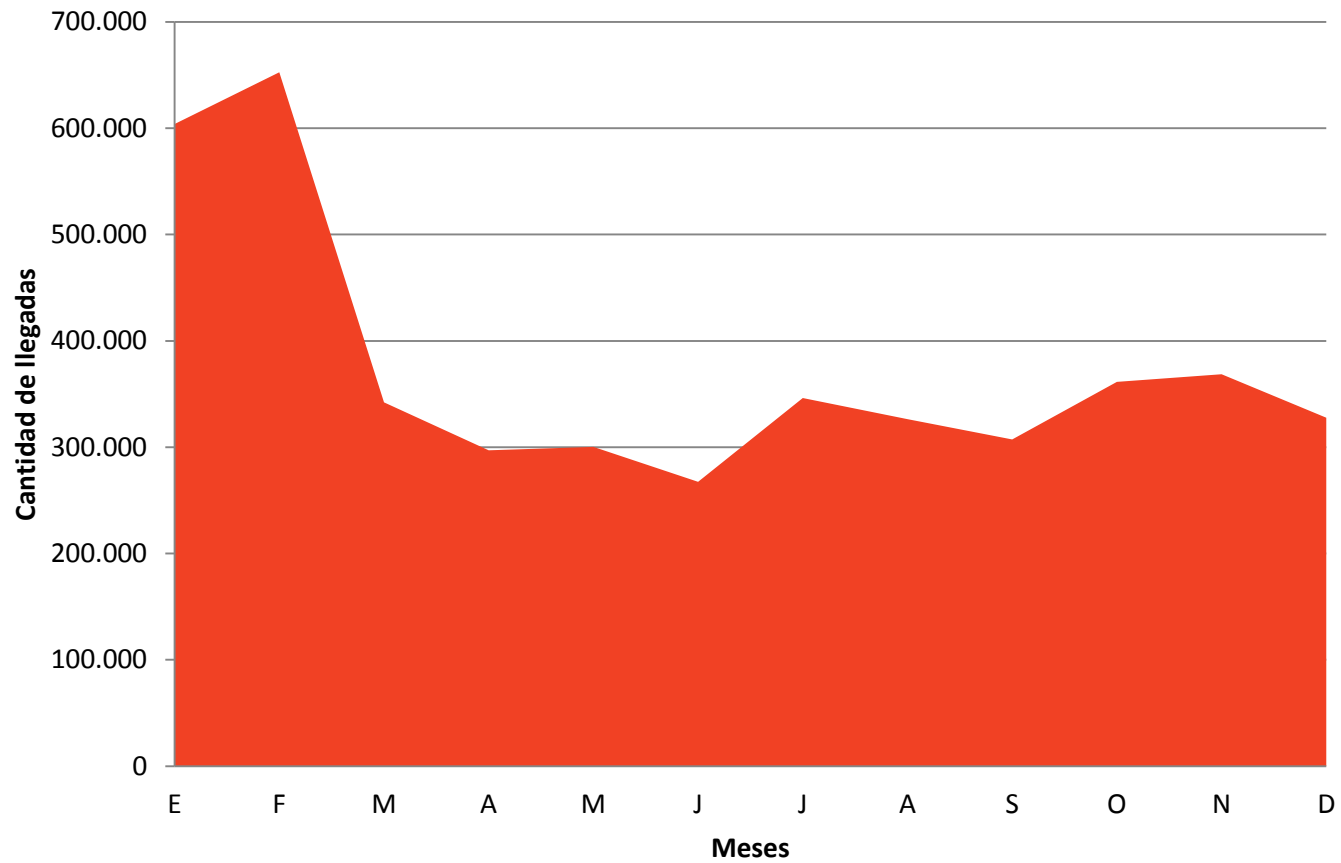
Fuente: SERNATUR, Barómetro de turismo, 2014

LOS TURISTAS NACIONALES

- El **62,8%** **viaja por vacaciones**, 29,5% por visita a familiares y amigos, 2,1% por negocios y 5,5% por otras razones.
- Sus estadías tienen una duración de **6,2 noches** en promedio, con un gasto diario por persona de **\$17.390**.
- El 84,7% se **repiten los destinos** 3 o más veces.
- El **61,4%** **aloja donde familiares** y amigos y el 52,9% elige su destino por esta razón.

Fuente: SERNATUR. Estudios de Comportamiento de Turismo Interno, 2012.

ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA TURÍSTICA NACIONAL



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta de Alojamientos Turísticos INE 2014

Para la **industria turística**, el astroturismo ofrece oportunidades para:

- fortalecer el posicionamiento del destino Chile
- diversificar las experiencias turísticas, sofisticar productos (y de ese modo, captar mayor valor por turista)
- incrementar visitas a diversos destinos regionales en temporadas media y baja

Para la **comunidad astronómica**, el astroturismo ofrece oportunidades para:

- visibilizar la importante labor desarrollada por observatorios internacionales y universitarios en materia de investigación astronómica
- divulgar la astronomía (y las ciencias en general) entre públicos amplios
- sensibilizar a la población en torno a la contaminación lumínica y la necesidad de proteger los cielos oscuros
- generar/fortalecer economías locales en torno a observatorios y/o sitios de cielo oscuro (retorno social-económico al territorio)

2. LA DEMANDA EN LAS REGIONES ASTROTURÍSTICAS

DEMANDA ASTROTURÍSTICA ACTUAL

(en cantidad de visitas a oferta astroturística, declarada por oferentes, año 2014)

Región	Oferentes	Visitas	Porcentaje
Metropolitana	10	223.110	56%
Coquimbo	25	114.548	29%
Antofagasta	10	33.424	8%
L.B. O'Higgins	2	9.100	2%
Biobío	5	7.685	2%
Atacama	2	6.500	2%
Valparaíso	2	5.200	1%
Total	56	399.567	100%

Fuente: Ficha de Registro de Oferentes Astroturísticos.

- Aproximadamente, **399.000** visitantes en el último año.
- Las regiones que capturan más demanda astroturísticas son: Metropolitana y Coquimbo. Ambas suman el 79%.

DEMANDA ASTROTURÍSTICA ACTUAL (Sin escolares, año 2014)

Región	Oferentes	Visitas	Porcentaje
Coquimbo	25	114.298	44%
Metropolitana	10	87.410	33%
Antofagasta	10	33.424	13%
L.B. O'Higgins	2	9.100	3%
Biobío	5	6.685	3%
Atacama	2	6.500	2%
Valparaíso	2	5.200	2%
Total	56	262.617	100%

Fuente: Ficha de Registro de Oferentes Astroturísticos.

- Al quitar las visitas escolares, se obtiene un total de aproximadamente **262.000** visitantes en el último año.
- Las regiones con más visitas astroturísticas son: Metropolitana y Coquimbo. Ambas suman el 77%.

DEMANDA ASTROTURÍSTICA POR TIPO DE OFERENTE

(en cantidad de visitas a oferta astroturística, declarada por oferentes, año 2014)

Tipo de oferente	Casos	Visitas	Porcentaje
Planetarios y museos	2	187.200	47%
Observatorio público	5	69.250	17%
Alojamientos con oferta de astroturismo	13	46.980	12%
Observatorio privado con fines de lucro	8	33.000	8%
Tour operador	12	20.440	5%
Observatorio privado sin fines de lucro	6	16.200	4%
Observatorio científico	5	14.737	4%
Observatorio universitario	5	11.760	3%
Total	56	399.567	100%

Fuente: Elaboración propia en base a información de Fichas de Registro de Oferentes Astroturísticos

DEMANDA ASTROTURÍSTICA POR TIPO DE OFERENTE (sin escolares)

Tipo de oferente	Casos	Visitas	Porcentaje
Observatorio público	5	69.000	26%
Planetarios y museos	2	54.500	21%
Alojamientos con oferta de astroturismo	13	45.980	18%
Observatorio privado con fines de lucro	8	33.000	13%
Tour operador	12	20.440	8%
Observatorio privado sin fines de lucro	6	16.200	6%
Observatorio científico	5	14.737	6%
Observatorio universitario	5	8.760	3%
Total	56	262.617	100%

Fuente: Elaboración propia en base a información de Fichas de Registro de Oferentes Astroturísticos

DEMANDA ASTROTURÍSTICA POR TIPO DE OFERENTE (sin escolares)

Tipo de oferente	Casos	Visitas	Porcentaje
Observatorio público	5	69.000	26%
Planetarios y museos	2	54.500	21%
Alojamientos con oferta de astroturismo	13	45.980	18%
Observatorio privado con fines de lucro	8	33.000	13%
Tour operador	12	20.440	8%
Observatorio privado sin fines de lucro	6	16.200	6%
Observatorio científico	5	14.737	6%
Observatorio universitario	5	8.760	3%
Total	56	262.617	100%

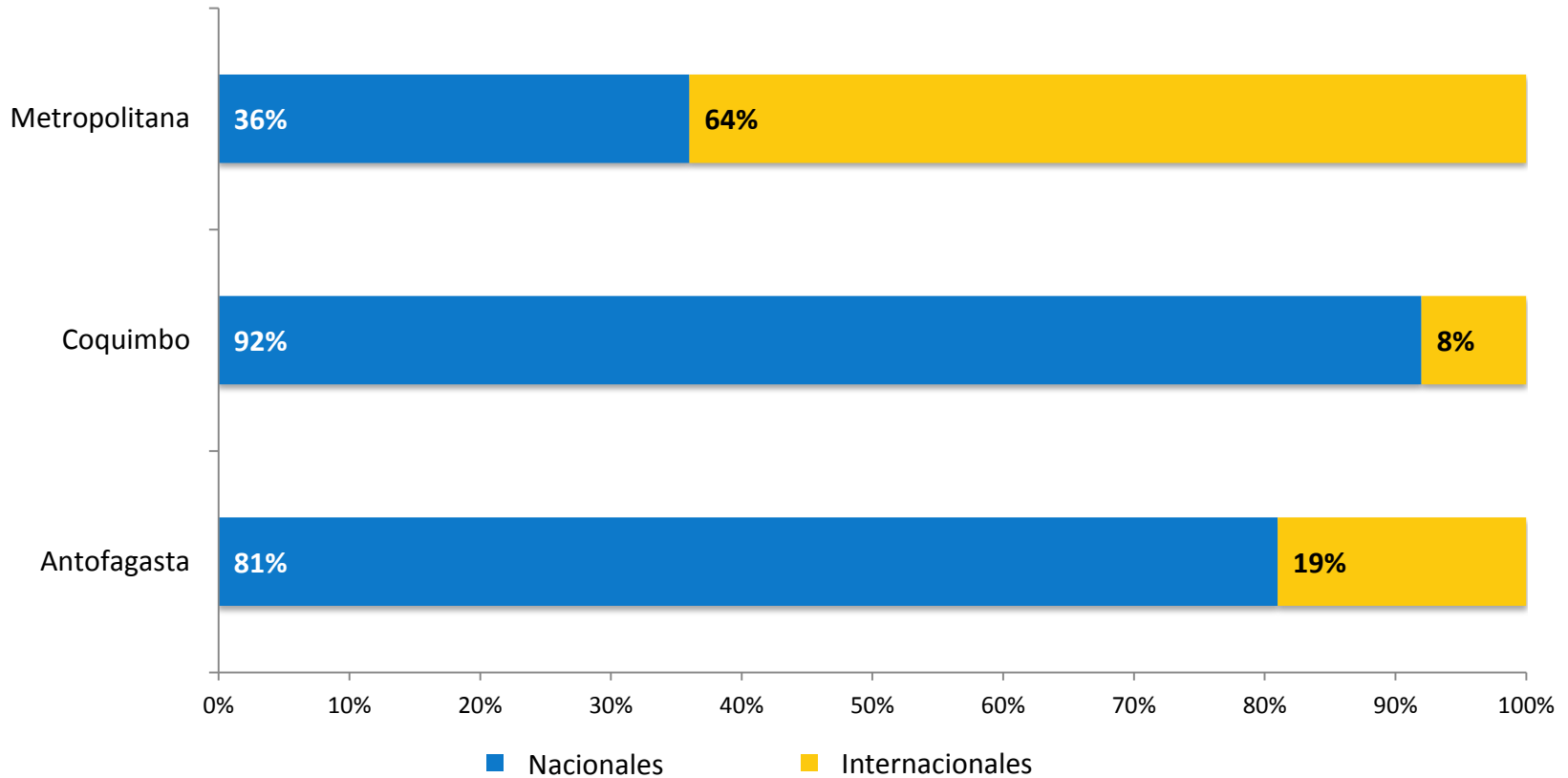
Fuente: Elaboración propia en base a información de Fichas de Registro de Oferentes Astroturísticos

DEMANDA ASTROTURÍSTICA POR TIPO DE OFERENTE (sin escolares)

Tipo de oferente	Casos	Visitas	Porcentaje
Observatorio público	5	69.000	26%
Planetarios y museos	2	54.500	21%
Alojamientos con oferta de astroturismo	13	45.980	18%
Observatorio privado con fines de lucro	8	33.000	13%
Tour operador	12	20.440	8%
Observatorio privado sin fines de lucro	6	16.200	6%
Observatorio científico	5	14.737	6%
Observatorio universitario	5	8.760	3%
Total	56	262.617	100%

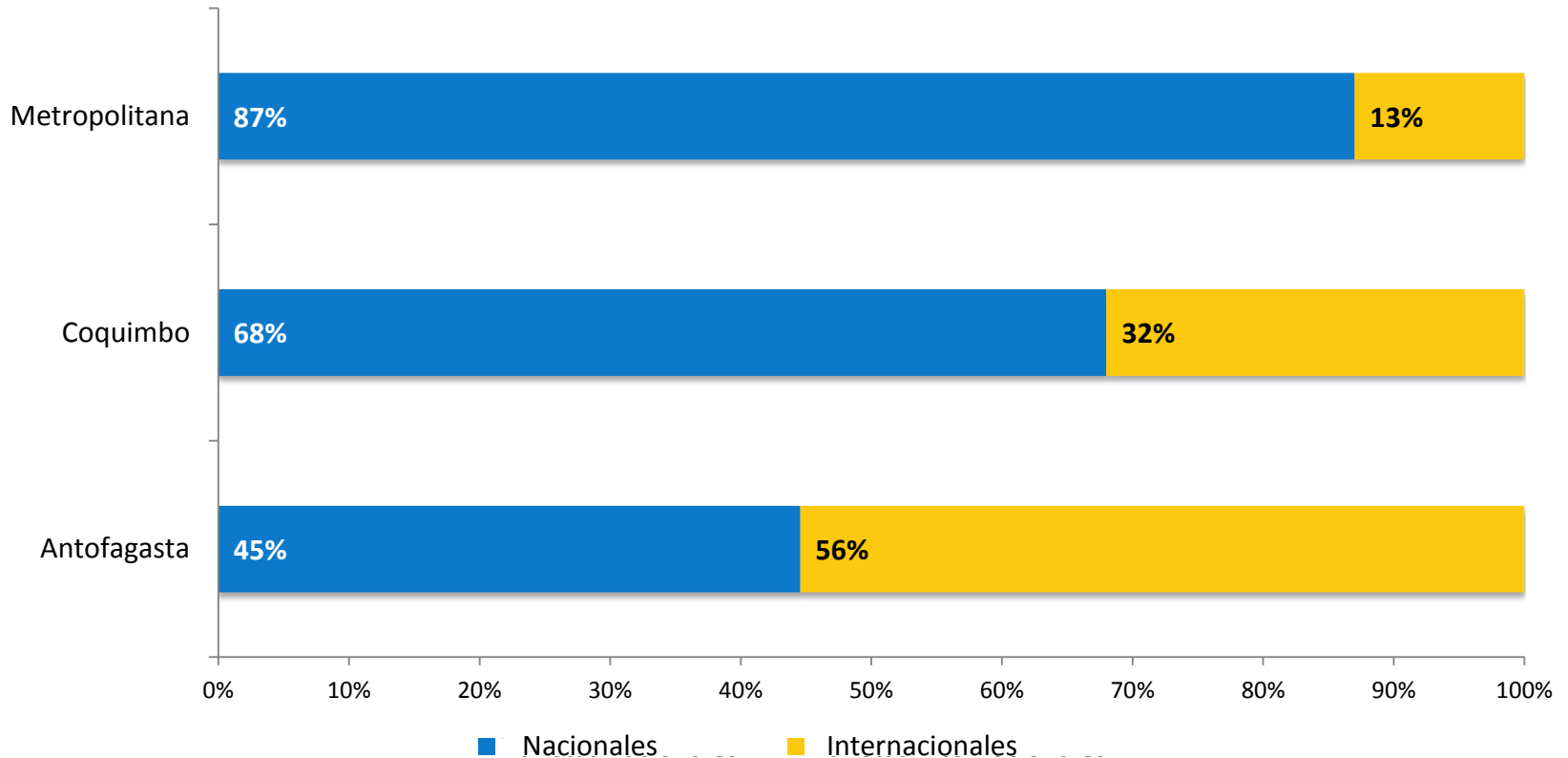
Fuente: Elaboración propia en base a información de Fichas de Registro de Oferentes Astroturísticos

DEMANDA TURÍSTICA EN REGIONES RELEVANTES (según llegadas a alojamientos turísticos)



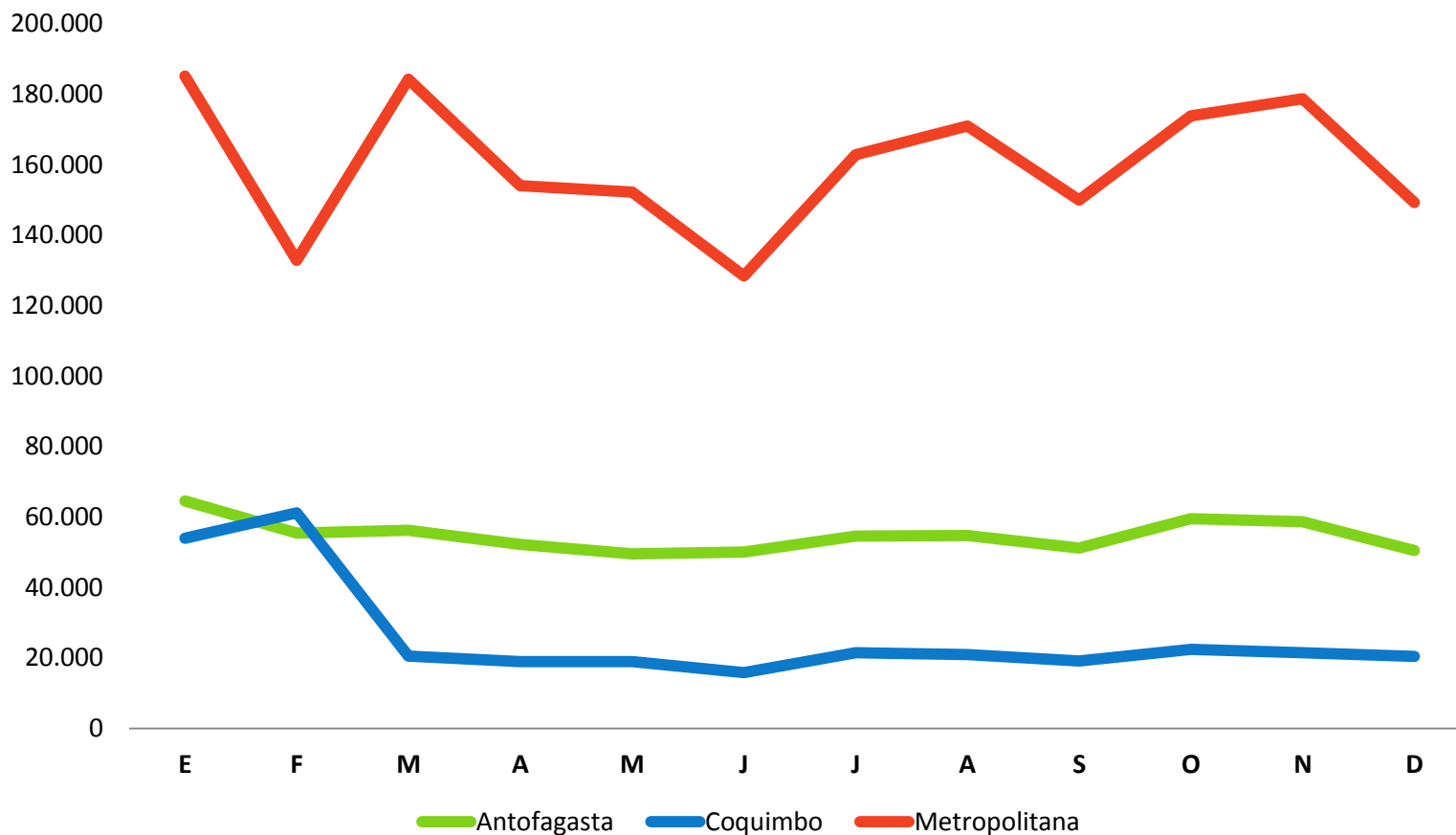
Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta de Alojamientos Turísticos. INE, 2014.

DEMANDA ASTROTURÍSTICA POR REGIÓN



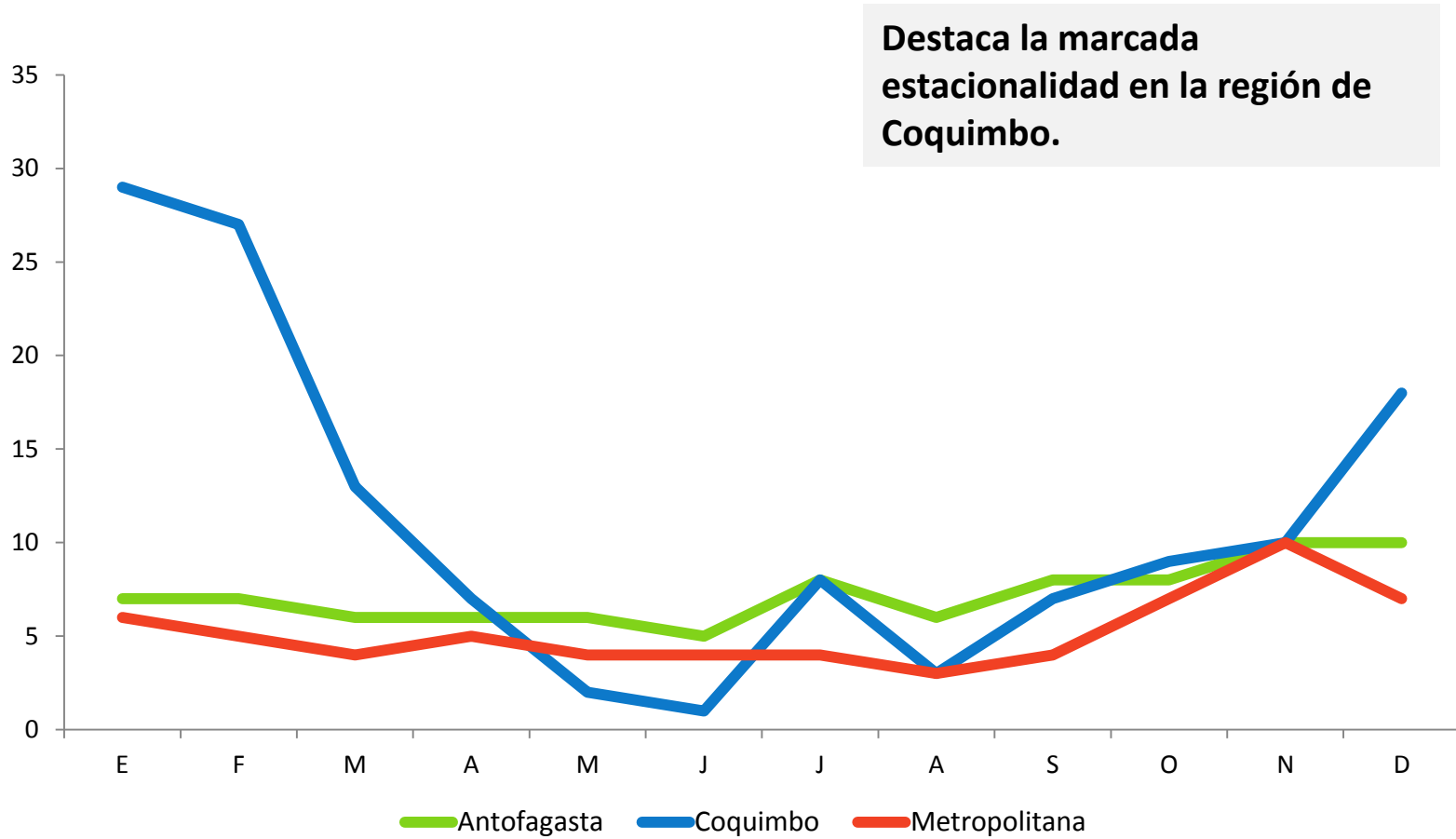
Antofagasta es la región que recibe el mayor porcentaje de turistas internacionales.

ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA EN REGIONES RELEVANTES (según llegadas a alojamientos turísticos)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta de Alojamientos Turísticos. INE, 2014.

ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA ASTROTURÍSTICA



Fuente: Elaboración propia en base a información de Fichas de Registro de Oferentes Astro-turísticos

3. DEMANDA ASTROTURÍSTICA ACTUAL: ASPECTOS SOCIODEMOGRÁFICOS Y COMPORTAMIENTO TURÍSTICO

CARACTERIZACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA

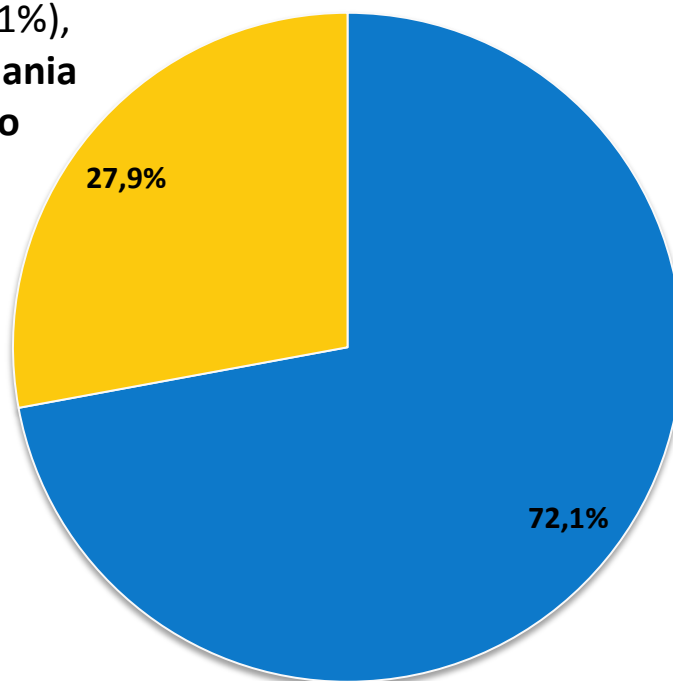
La demanda actual de astroturismo está conformada principalmente por:

- **visitantes nacionales (72,1%)**
- **Jóvenes y adulto-jóvenes.** Segmento edad 26 - 40 años=41,1% .
- **De ambos sexos,** con leve mayoría masculina (H=53,4% v/s M=46,6%).
- **Nivel socioeconómico medio y medio – alto.**

Fuente: Datos de encuesta nacional de astroturismo;
Entrevistas a oferentes de astroturismo.

ORIGEN DE LOS VISITANTES A OFERTA ASTROTURÍSTICA

Países más relevantes:
Estados Unidos (17,1%),
Brasil (14,3%), **Alemania**
(13,1%), **Reino Unido**
(9,1%)

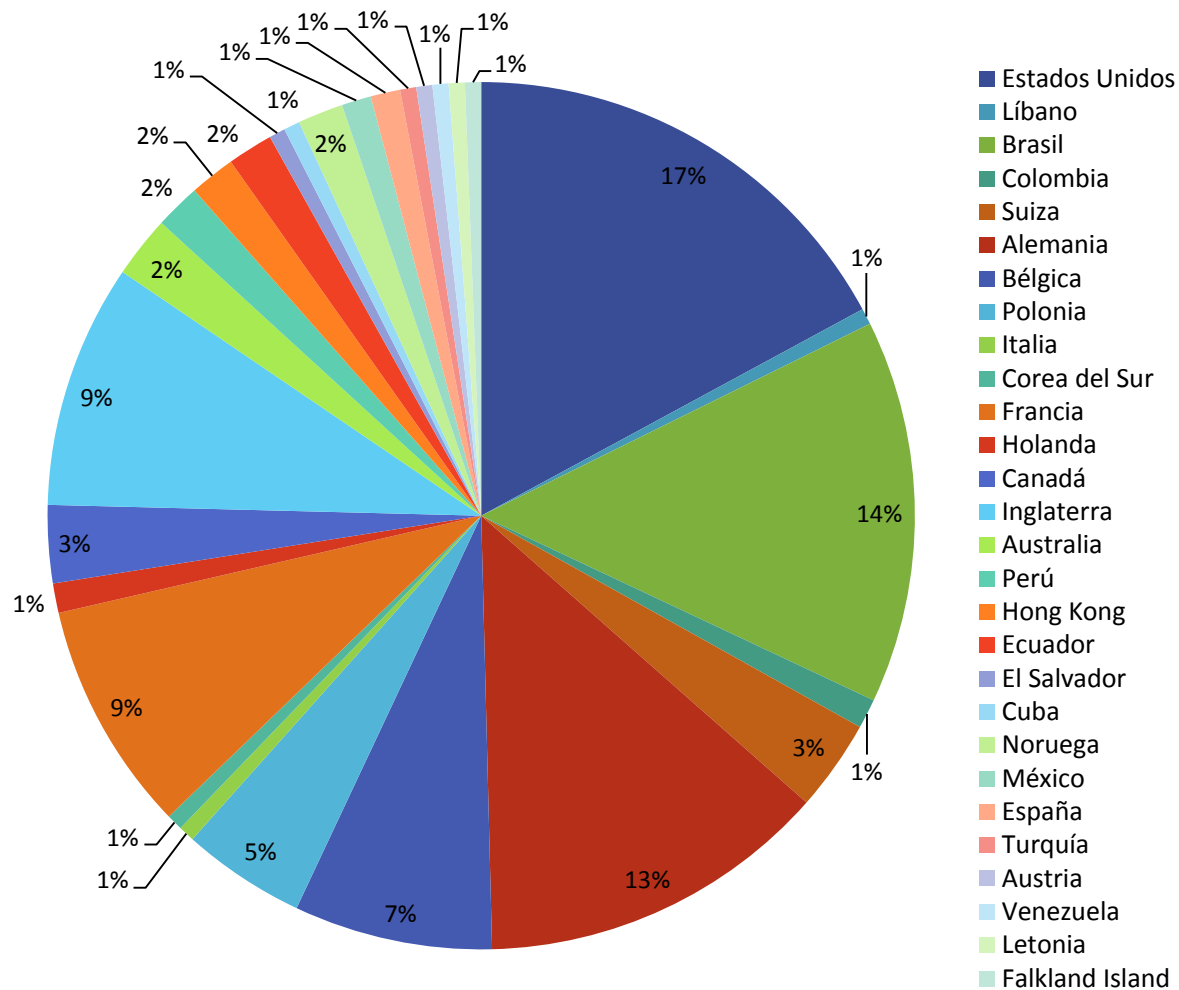


Un **47,7%** de los visitantes nacionales proviene de la **Región Metropolitana**.

- Nacionales
- Internacionales

PAÍS DE RESIDENCIA VISITANTES INTERNACIONALES

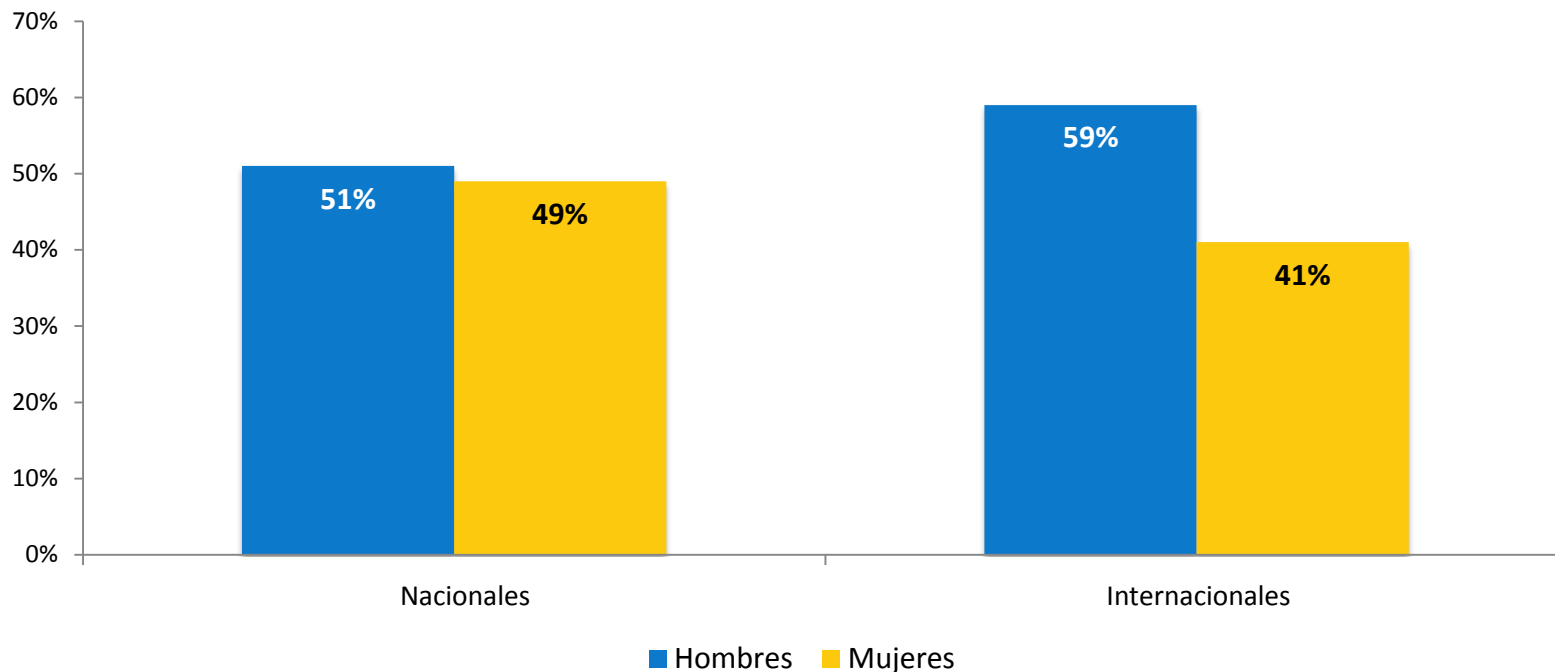
Destaca la **diversidad de nacionalidades** que convoca el astroturismo.



Excluyendo a Brasil, el **porcentaje de visitantes de países latinoamericanos es muy bajo, incluyendo Argentina.**

Fuente: Elaboración propia en base a resultados de Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

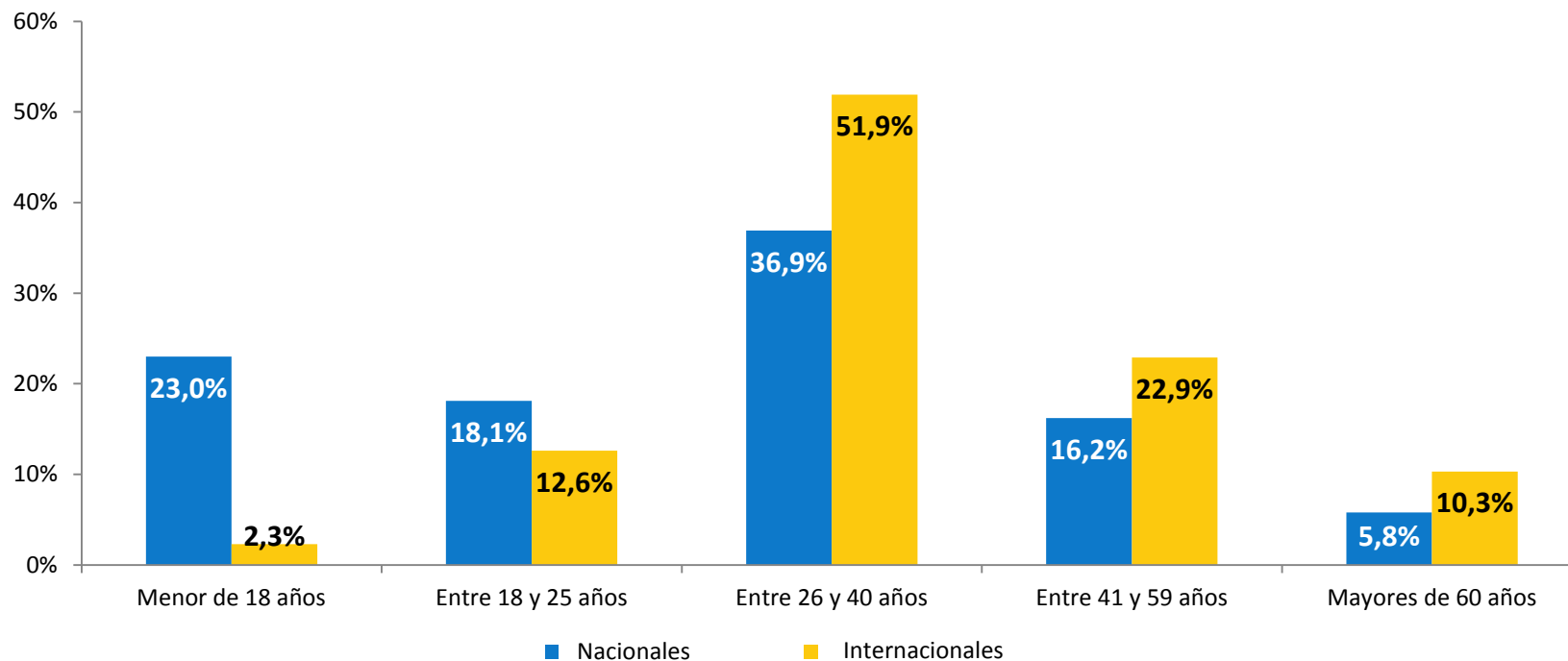
SEXO DE LOS VISITANTES



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

Entre los visitantes internacionales, **más hombres consumen astroturismo que mujeres**. En visitantes nacionales la proporción entre hombres y mujeres que consumen astroturismo es muy similar.

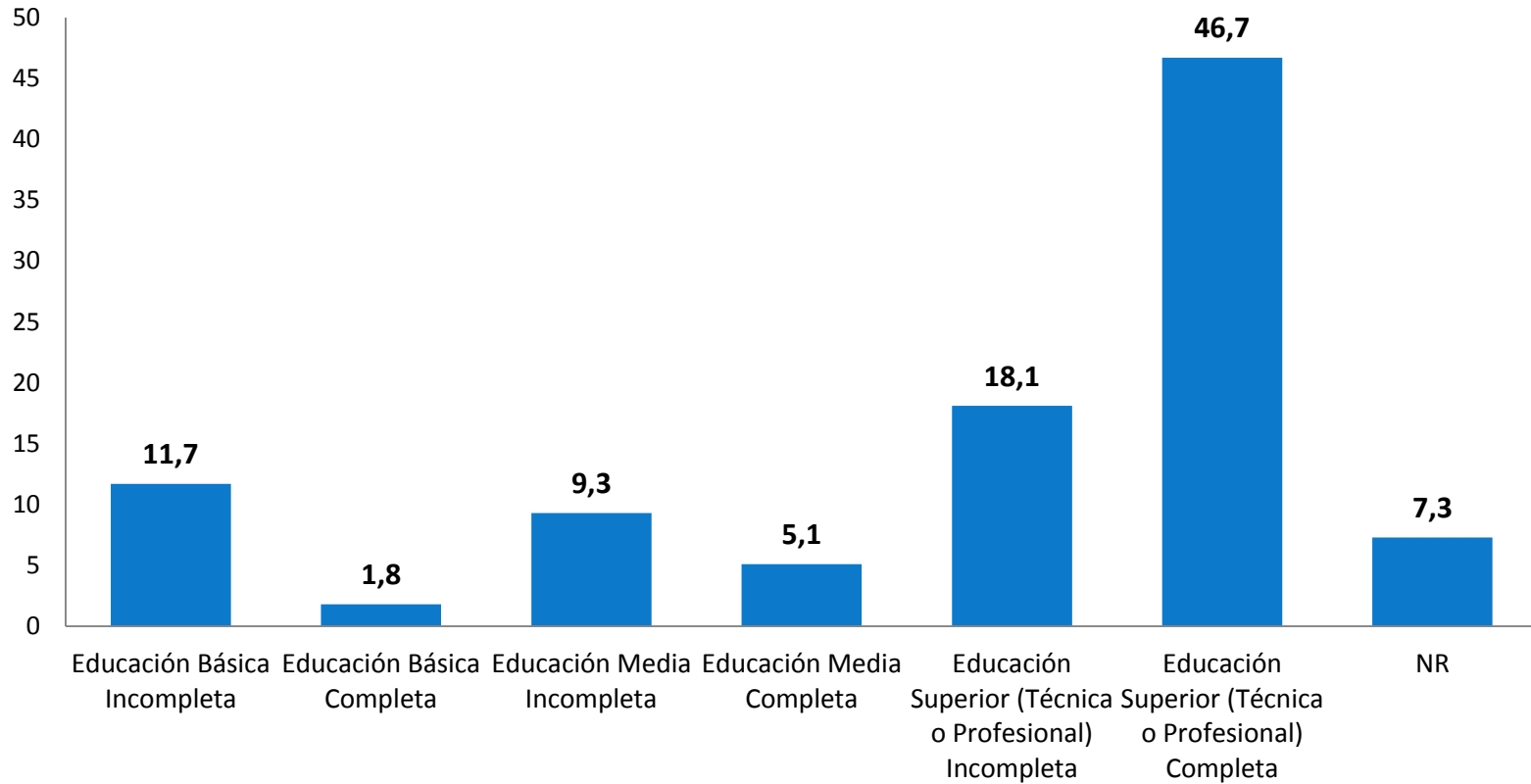
EDAD DE LOS VISITANTES



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

El astroturismo convoca a **visitantes nacionales jóvenes y adulto-jóvenes** (18 a 40 años), y a **visitantes internacionales adulto-jóvenes y adultos** (26 – 59 años). Destacan los segmentos niños-adolescentes en visitantes nacionales, y adulto mayor en visitantes internacionales .

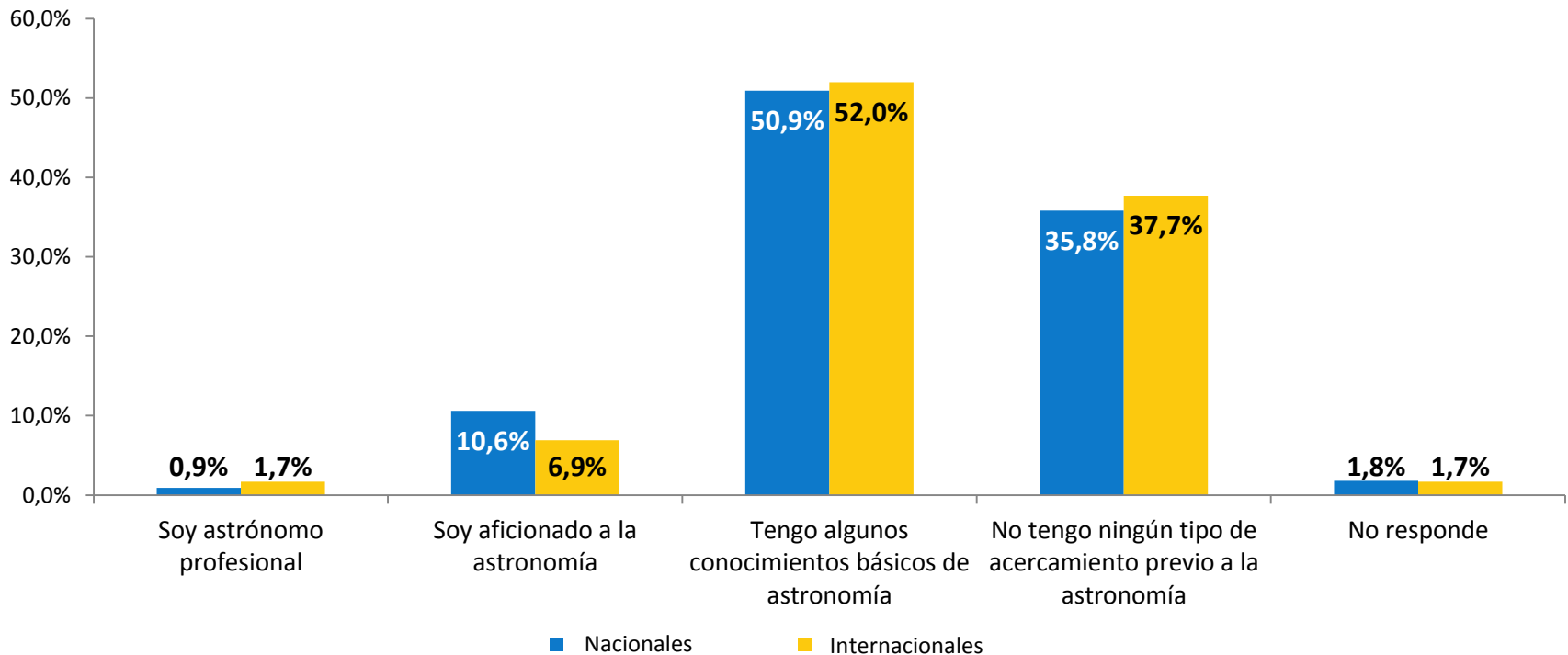
NIVEL EDUCACIONAL DE LOS VISITANTES NACIONALES



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

Los visitantes nacionales cuentan con un nivel educacional alto.

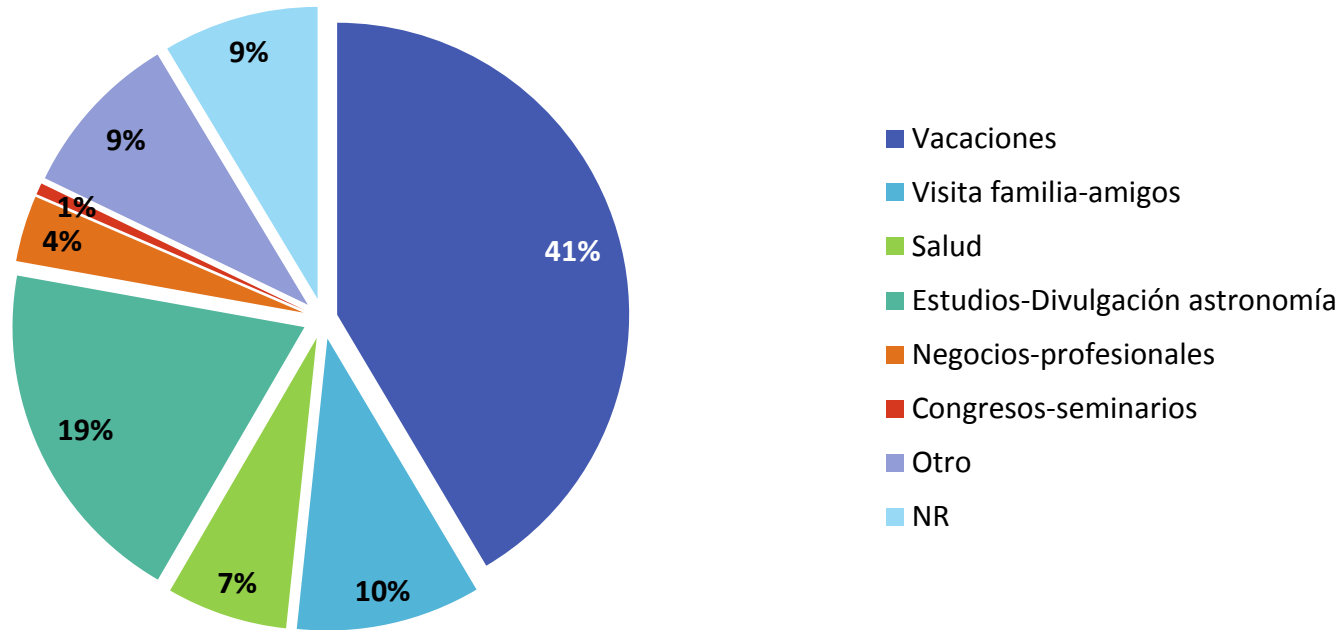
RELACIÓN CON LA ASTRONOMÍA



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

Los actuales visitantes cuentan con **conocimientos básicos o nulos sobre astronomía** (visitante general). Del total de visitantes, los aficionados a la astronomía más los astrónomos profesionales representan entre un 8 a un 11%.

MOTIVO DE VIAJE (muestra total)

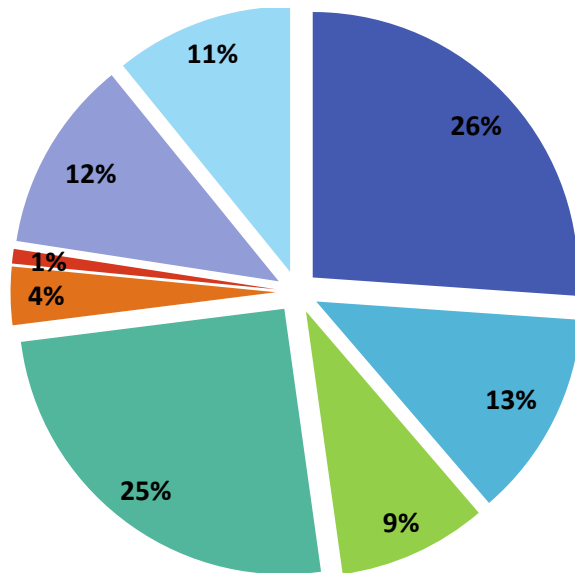


Fuente: Elaboración propia en base a resultados de Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

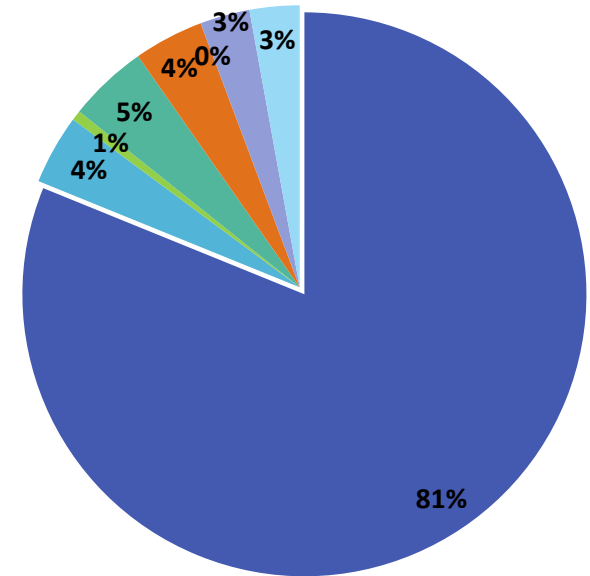
El 41% de los visitantes viaja por motivos de vacaciones, o para visitar a familiares o amigos. El 19% lo hace específicamente para realizar actividades de educación y divulgación astronómica.

MOTIVO DE VIAJE (por segmentos)

Visitas nacionales



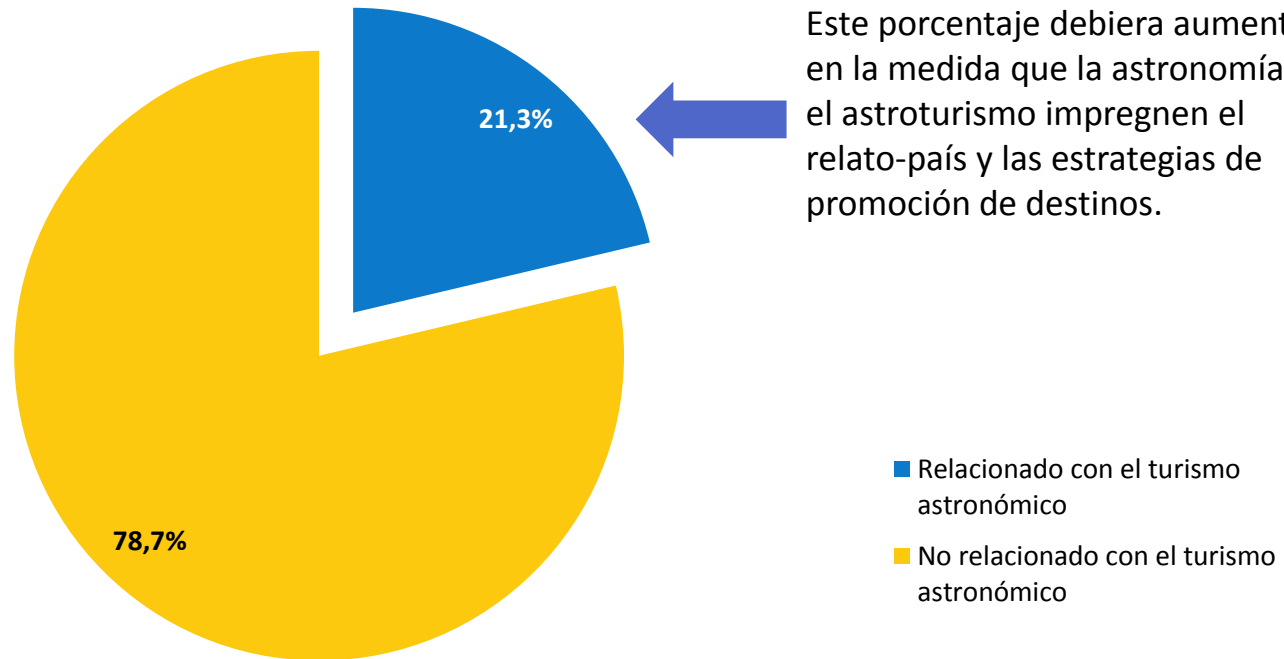
Visitas internacionales



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

El motivo principal para ambos segmentos son las vacaciones. Aunque es mucho más importante dentro de los visitantes internacionales. Destaca dentro de los visitantes nacionales el motivo de realizar actividades de educación y divulgación de la astronomía.

¿Su viaje a Chile estuvo motivado principalmente por la posibilidad de realizar turismo astronómico? Segmento visitantes internacionales.



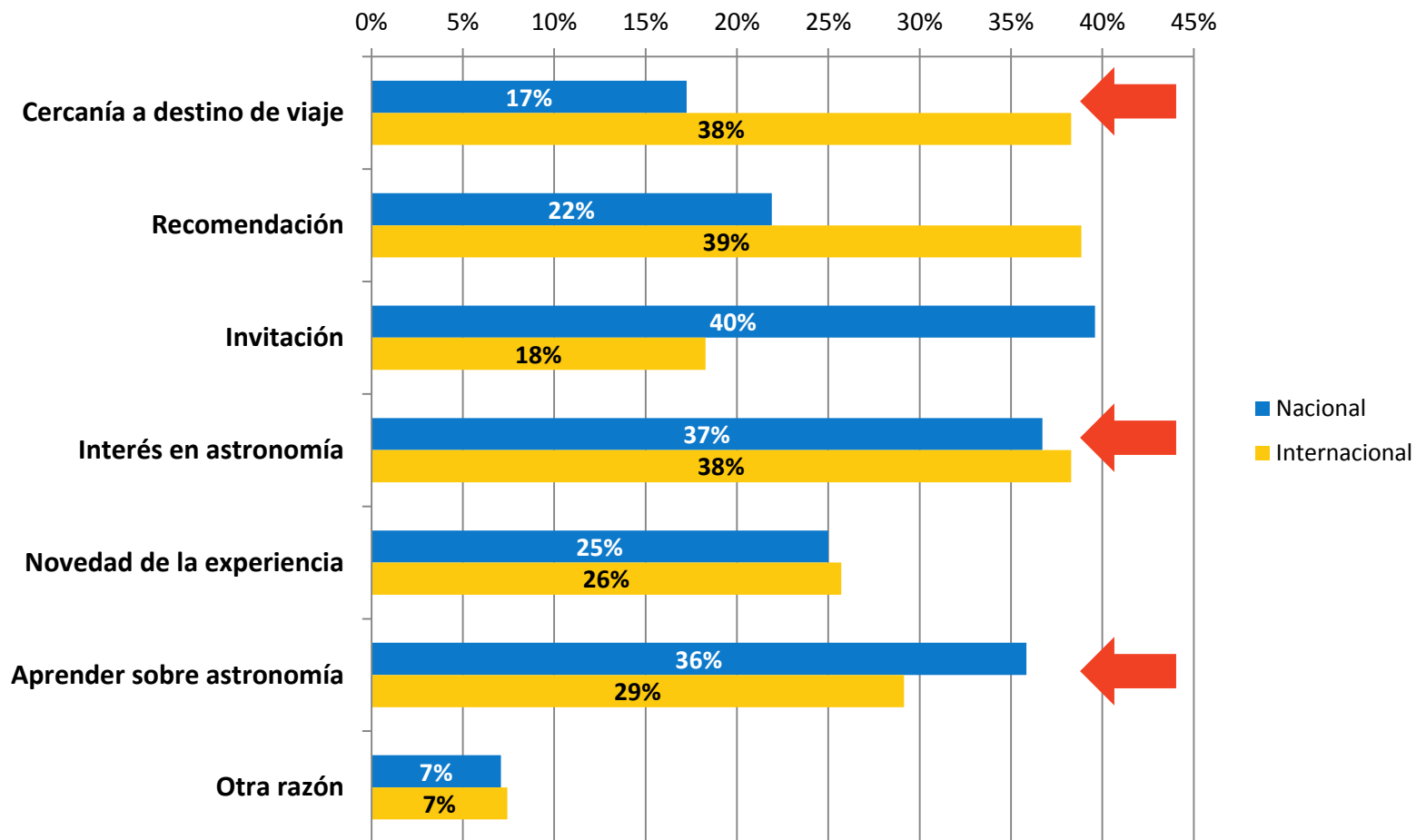
Fuente: Elaboración propia en base a resultados de Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

Para la mayoría de los visitantes internacionales **el viaje a Chile no está motivado por la posibilidad de realizar actividades de astroturismo**. Más bien es un complemento al plan de viaje.

GRUPO DE VIAJE

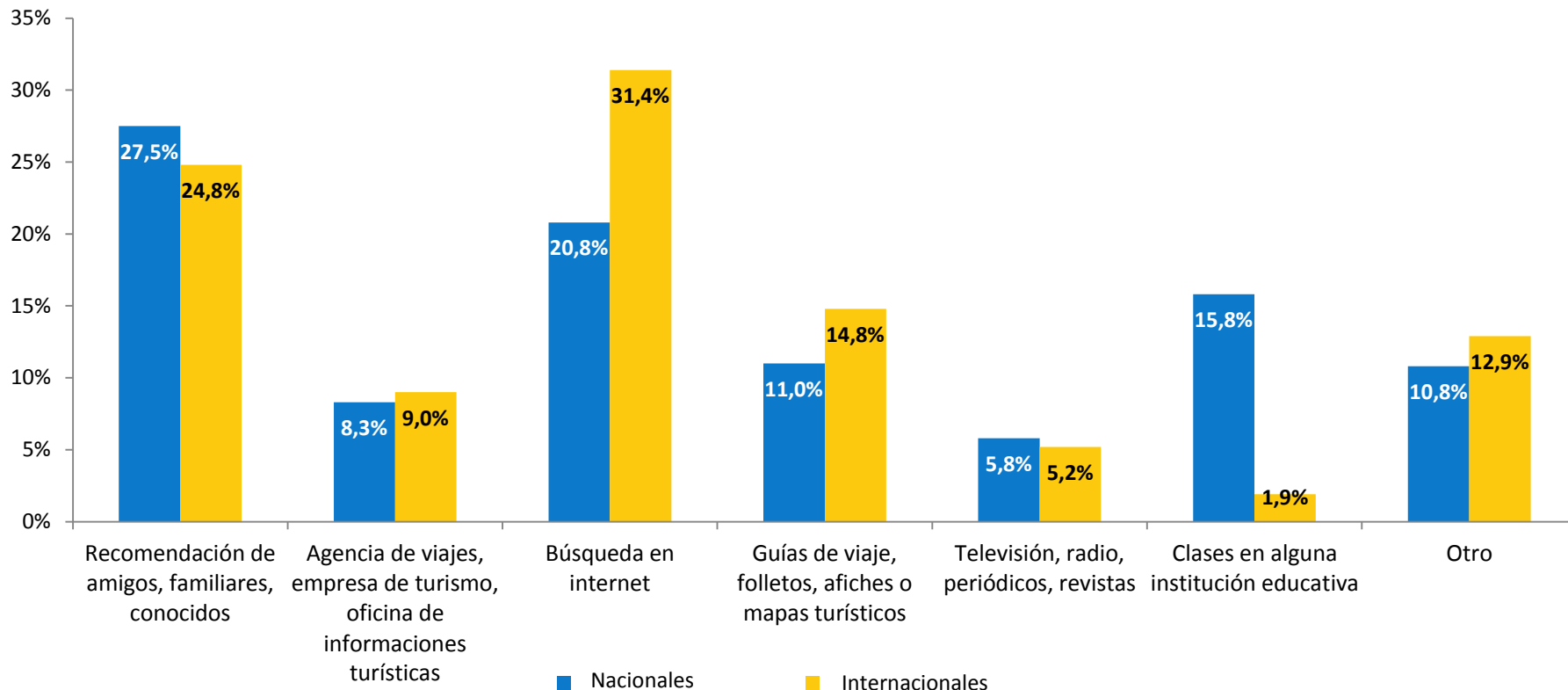
- Los visitantes nacionales viajan principalmente **en familia** (28%) **o en pareja** (23%). Muy pocos viajan con amigos (13%) o solos (3,5%).
- Los visitantes internacionales viajan preferentemente **en pareja** (40%) **o con amigos** (25%). Un 15% **viaja solo** y un 13% viaja con familia.

¿Cuál fue la razón que le llevó a interesarse por esta experiencia de turismo astronómico?



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

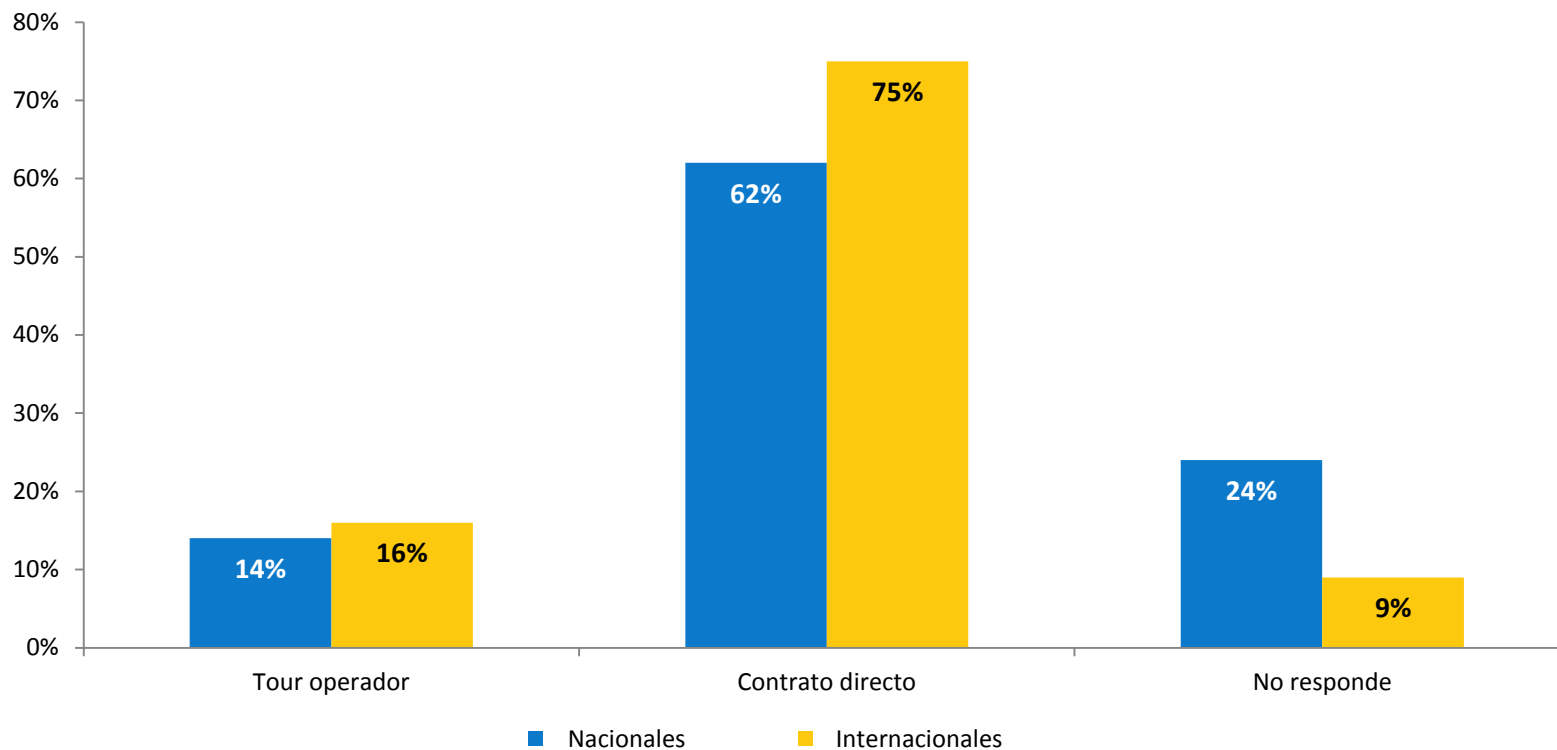
MEDIO DE INFORMACIÓN SOBRE OFERTA ASTROTURÍSTICA VISITADA



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

Los visitantes en general se informan de los destinos astroturísticos a través de **recomendaciones y búsquedas en internet**, siendo lo primero más relevante para nacionales y lo segundo para internacionales.

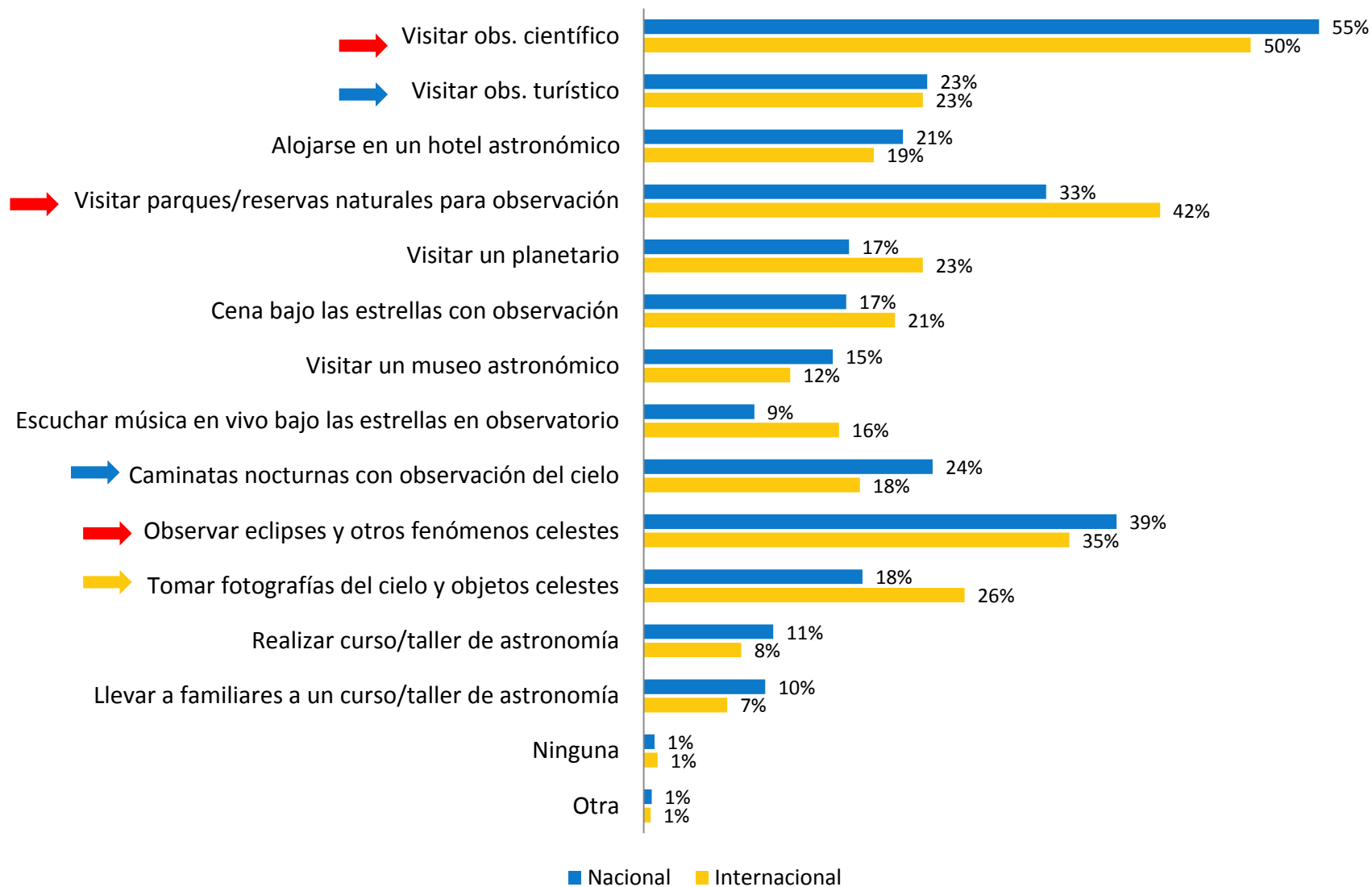
CONTRATACIÓN DEL SERVICIO TURÍSTICO



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

La mayoría de los visitantes **no utilizan servicios de tour operadores**, sino que realizan la compra del servicio directamente al oferente.

OTROS PRODUCTOS ASTROTURÍSTICOS QUE LES INTERESARÍAN



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

PERCEPCIONES DE LOS OFERENTES SOBRE LOS VISITANTES NACIONALES

Provendrían principalmente de la Región Metropolitana.



Buscan en su mayoría ofertas sencillas, no muy especializadas, que tengan un carácter principalmente recreativo y familiar.



Consumirían astroturismo sin un interés particular en este tipo de oferta, sino porque esta es parte de los atractivos de una región.



No tienen conocimientos sobre astronomía, es un perfil de visitante más bien general.



Buscan ofertas de menor costo, no están dispuestos a incurrir en grandes gastos en relación al astroturismo.



PERCEPCIONES DE LOS OFERENTES SOBRE LOS ASTROTURISTAS INTERNACIONALES

Proviene principalmente de Europa, Brasil y Estados Unidos.



Buscan destinos con una oferta de actividades muy variadas y novedosas, que cuenten con una buena infraestructura, que ofrezcan comodidad al visitante, y que cuenten con sistemas de reserva que permitan la planificación del viaje por vía remota.



Son visitantes experimentados en turismo y son muy informados, han viajado mucho y conocen diferentes destinos, por lo que esperan vivir experiencias que los sorprendan.



Buscarían específicamente esta oferta, tendrían un perfil más de aficionado.



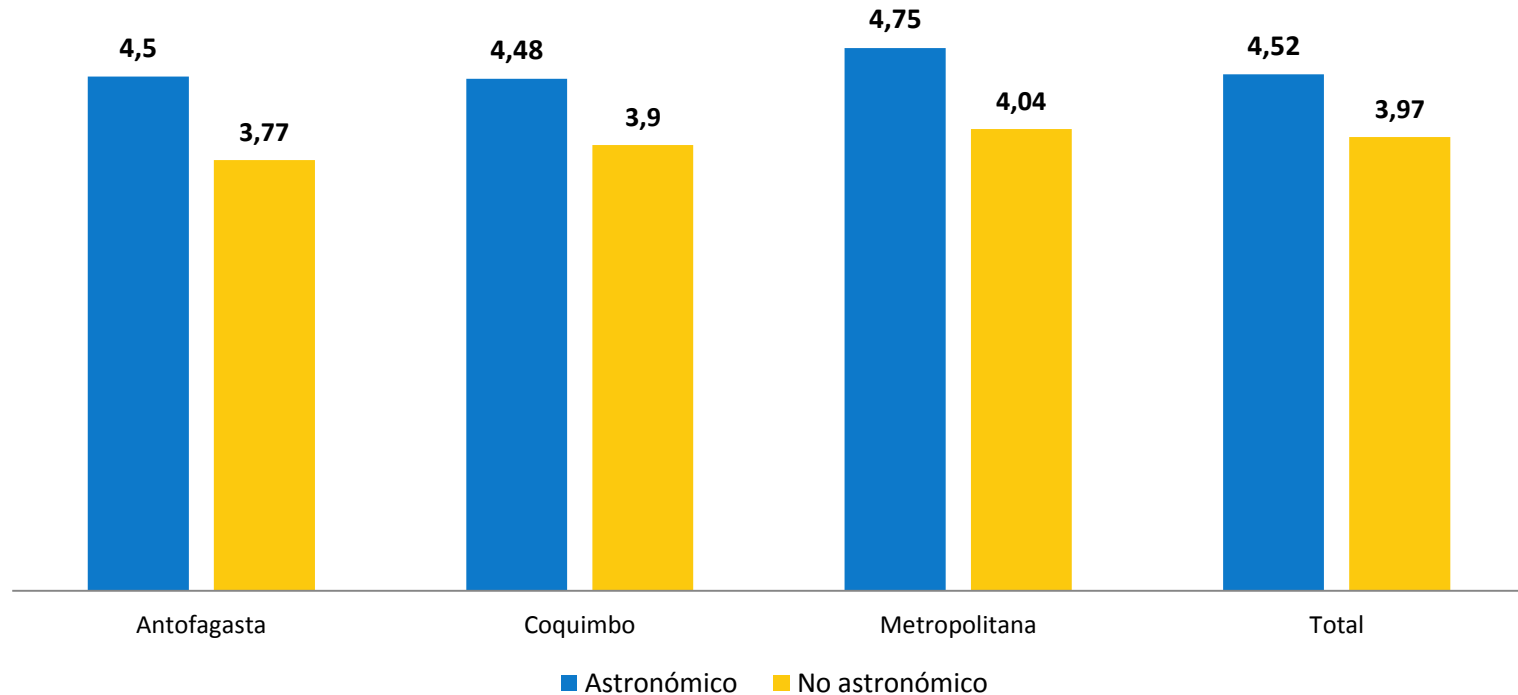
Gastan más en astroturismo que los visitantes nacionales.



4. SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL CON LA OFERTA ASTROTURÍSTICA

OFERTA ASTRONÓMICA v/s OFERTA NO ASTRONÓMICA

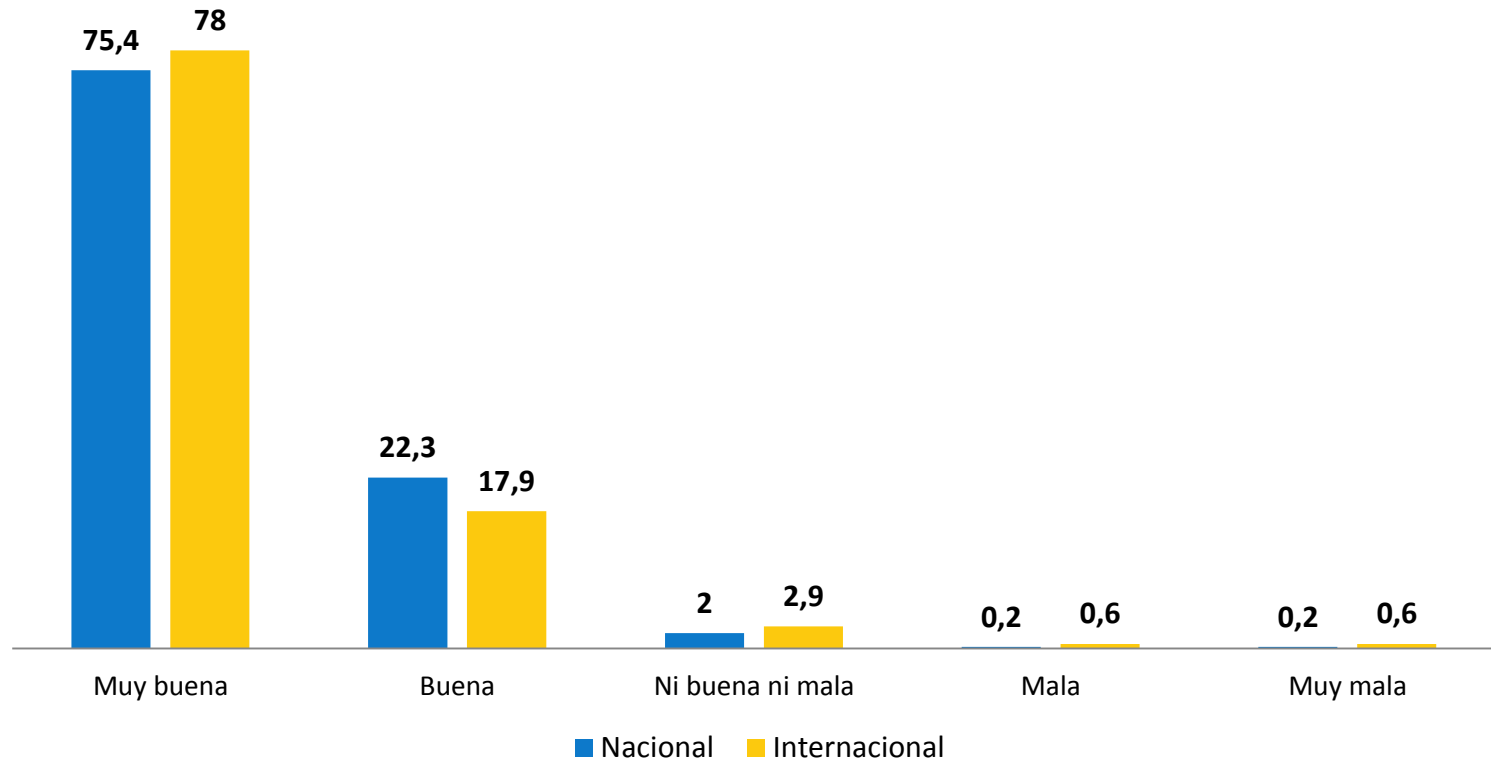
(Comparación de calificaciones en TripAdvisor©)



Fuente: Estudio de satisfacción de medios web - Análisis de calificaciones en Tripadvisor©

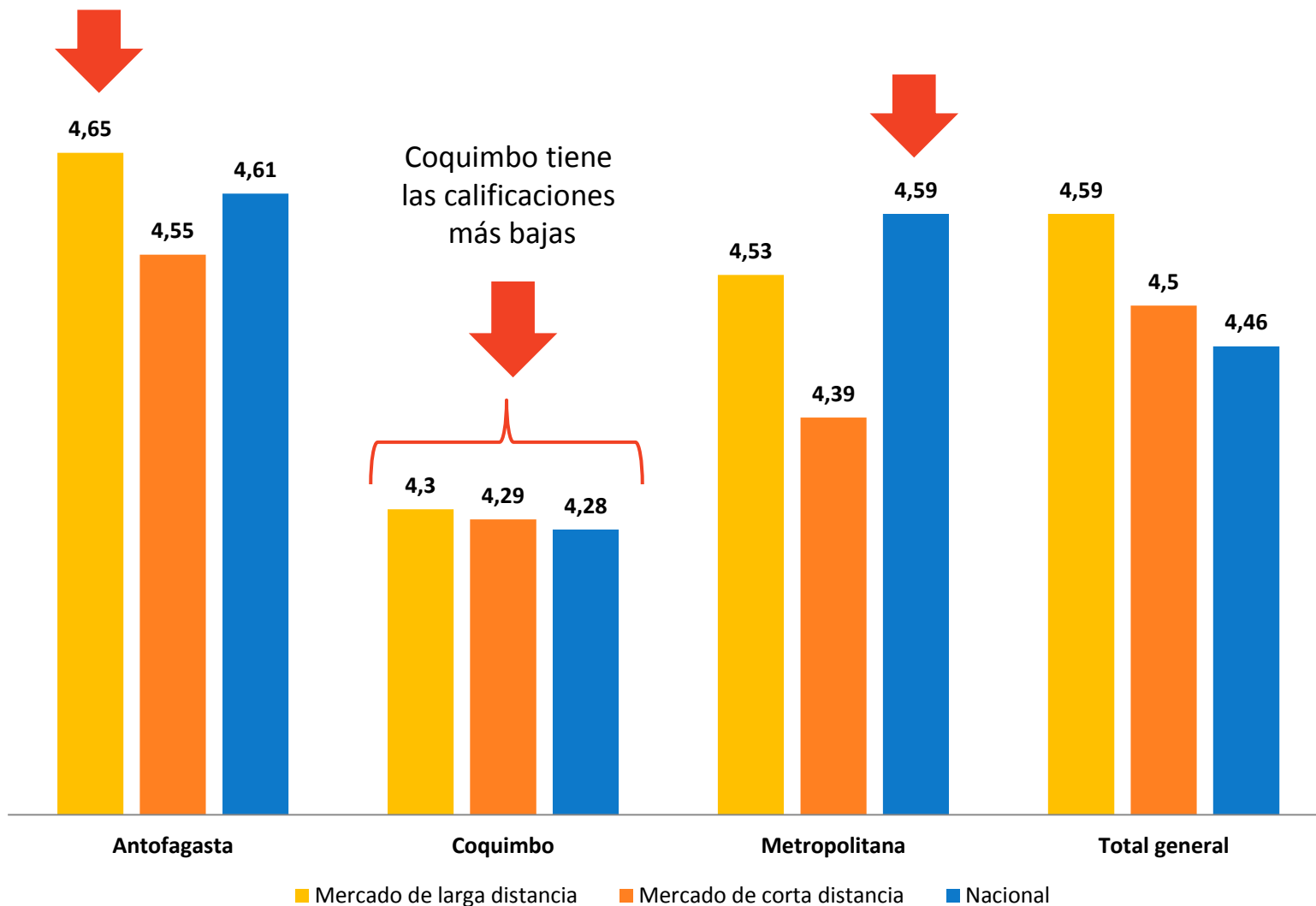
La oferta turística es, en general, bien calificada, por lo que existe un sesgo positivo. A pesar de esto, **la oferta astronómica tiene mejor calificación que la oferta no astronómica.**

En general, ¿Cómo evaluaría la experiencia de astroturismo que le acaban de ofrecer?

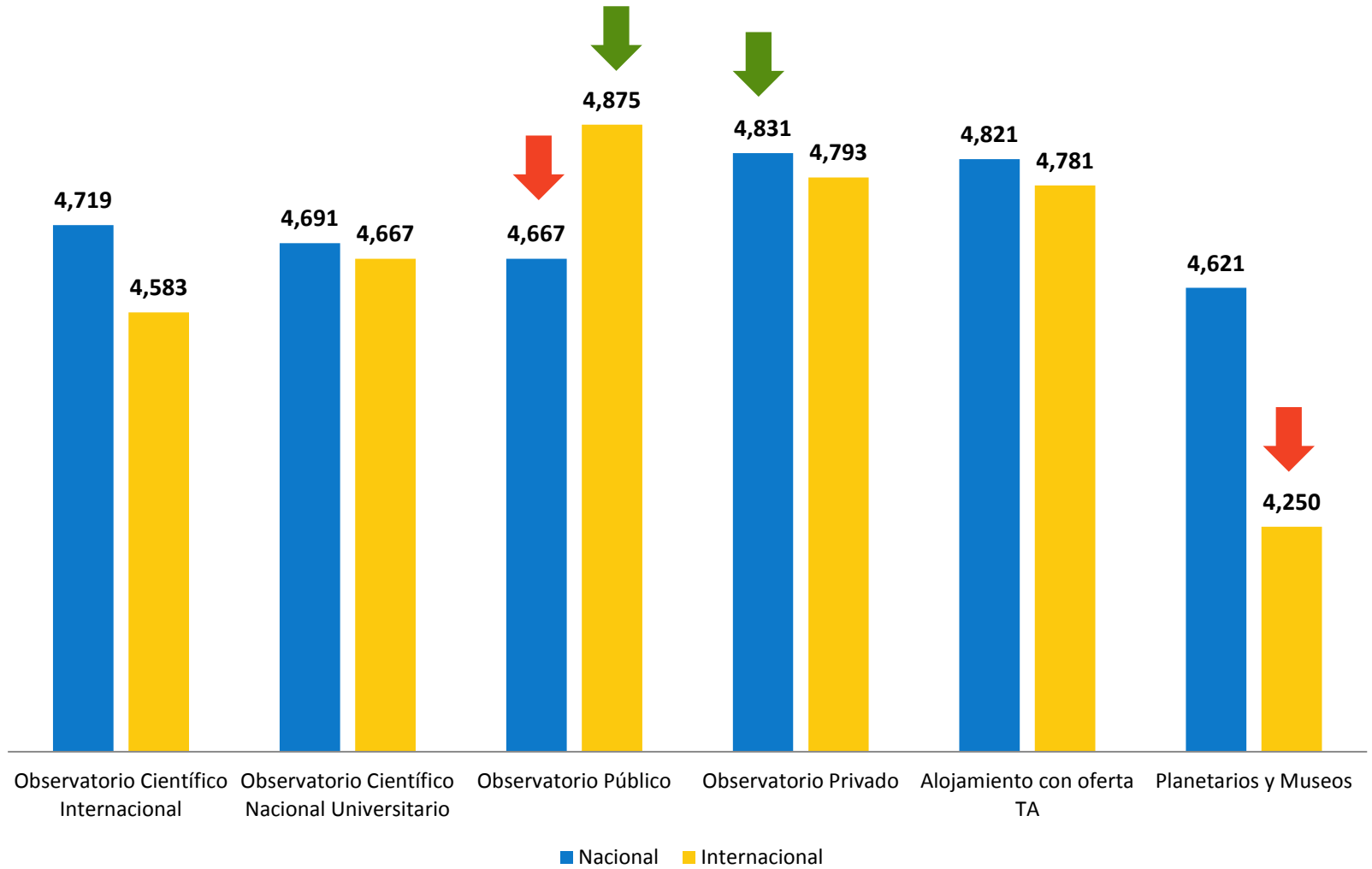


Fuente: Elaboración propia en base a resultados de Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

EVALUACIÓN DE OFERTA POR REGIONES, SEGÚN ORIGEN DE DEMANDA

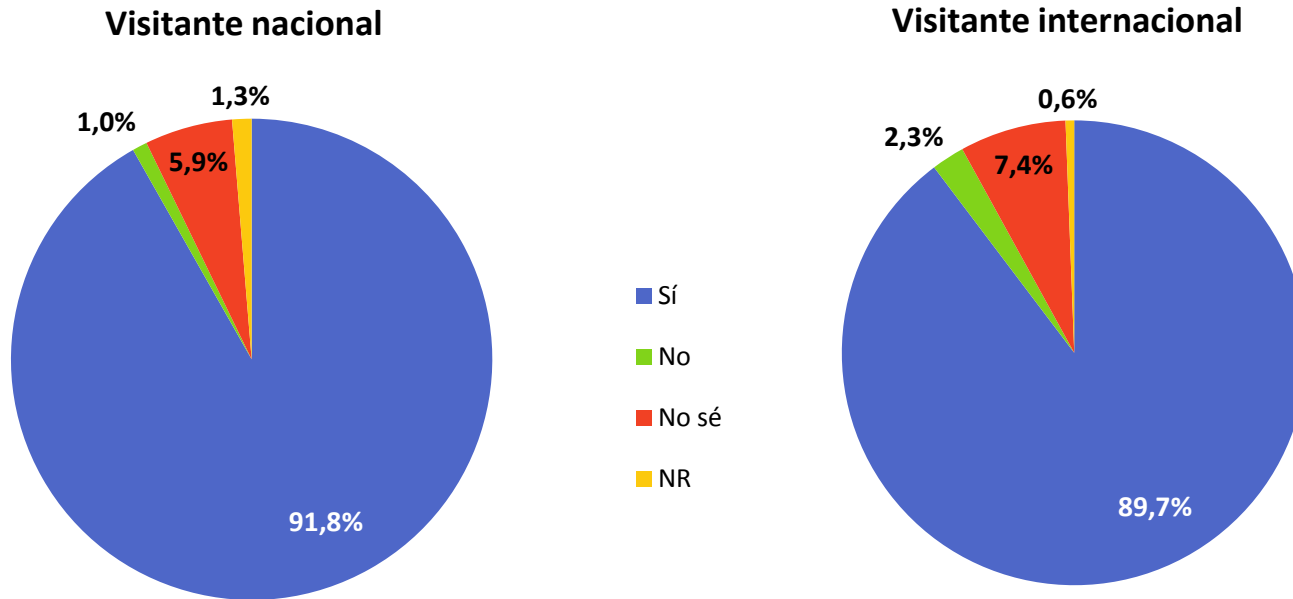


EVALUACIÓN DE OFERTA POR TIPO DE OFERENTE



Fuente: Estudio de satisfacción en medios web - Análisis de calificaciones en Tripadvisor©

Si pudiera, ¿volvería a repetir esta experiencia de turismo astronómico?

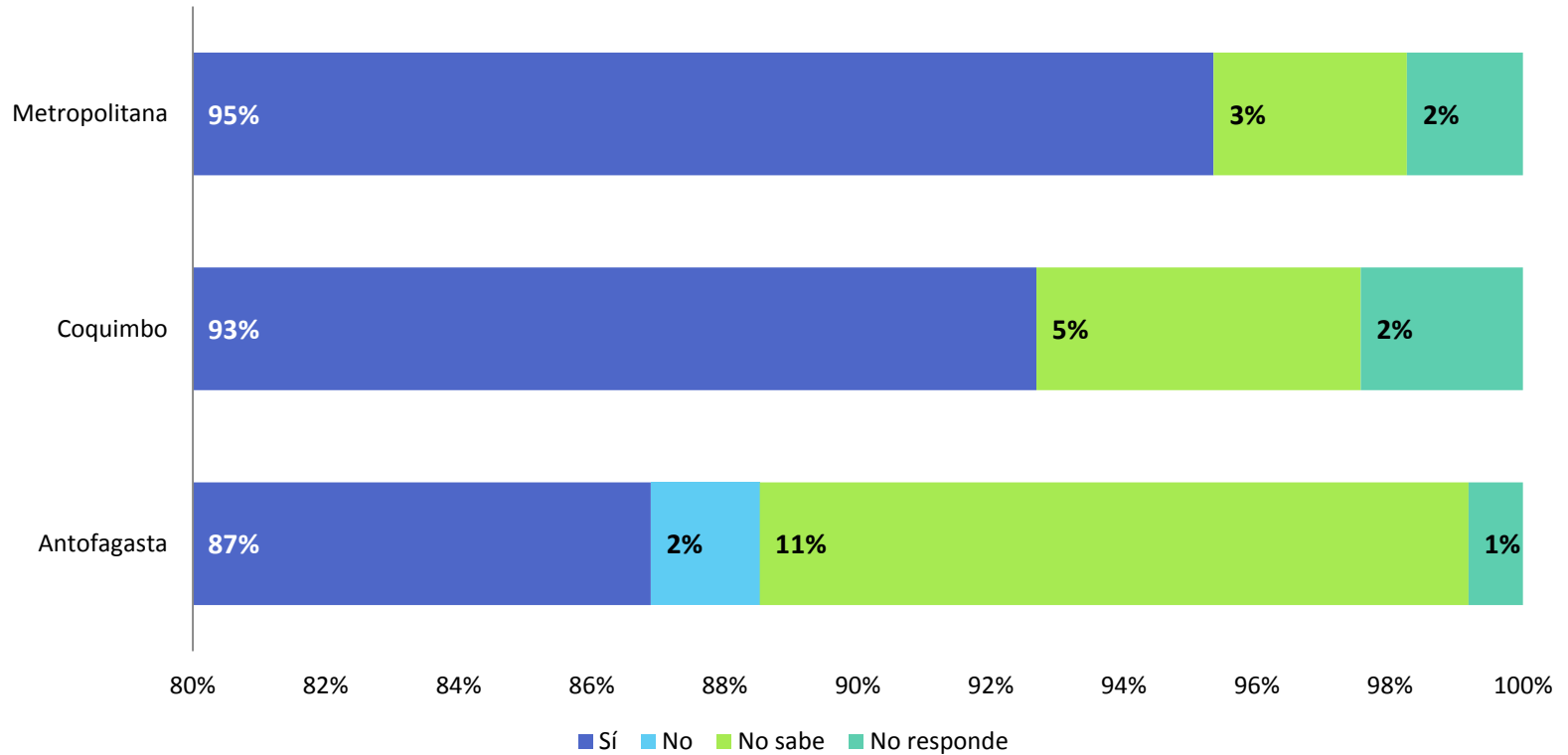


Fuente: Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

El **91,8%** de los visitantes encuestados declara desear repetir la experiencia. Se mantiene esta tendencia con poca variación entre visitantes nacionales e internacionales.

DISPOSICIÓN A REPETIR LA EXPERIENCIA SEGÚN REGIÓN DEL OFERENTE

Segmento visitantes nacionales.

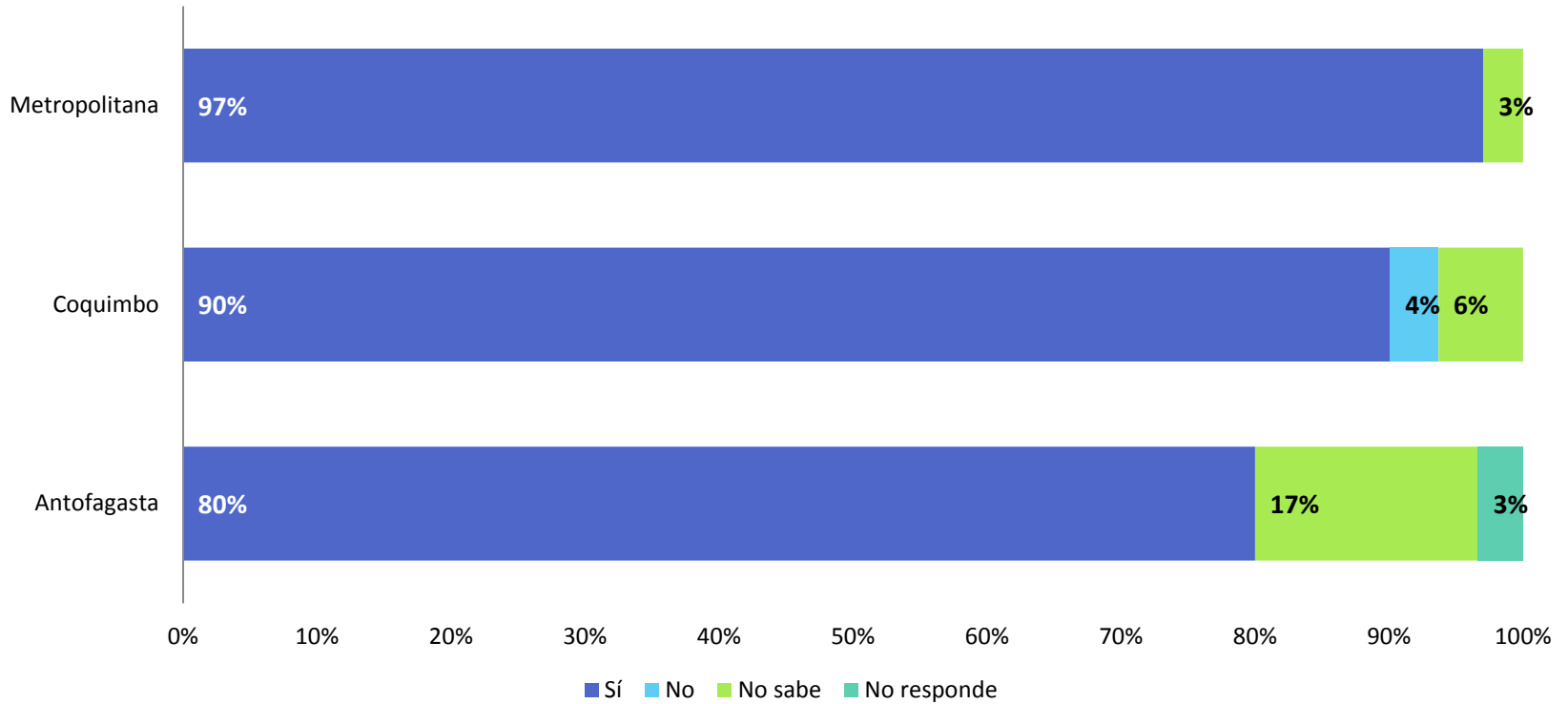


Fuente: Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

Aunque en todas las regiones la disposición a repetir la experiencia es muy alta, se observa que Antofagasta es la región con el menor porcentaje.

DISPOSICIÓN A REPETIR LA EXPERIENCIA SEGÚN REGIÓN DEL OFERENTE

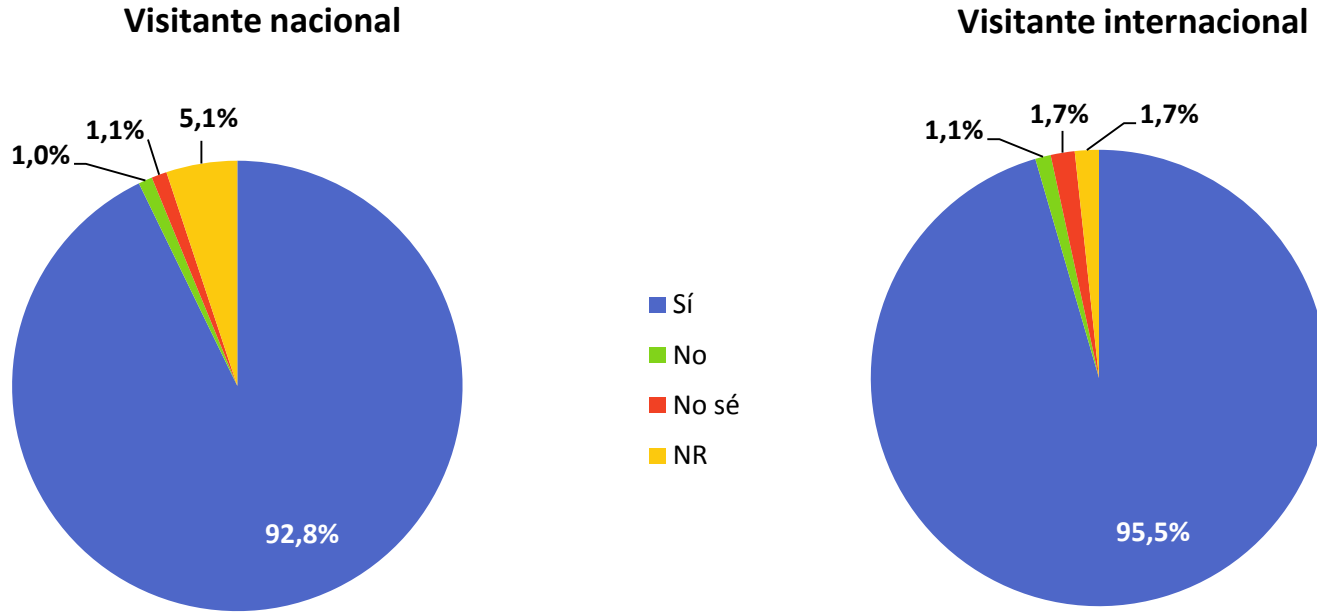
Segmento visitantes internacionales.



Fuente: Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

Aunque en todas las regiones la disposición a repetir la experiencia es muy alta, se observa que Antofagasta es la región con el menor porcentaje.

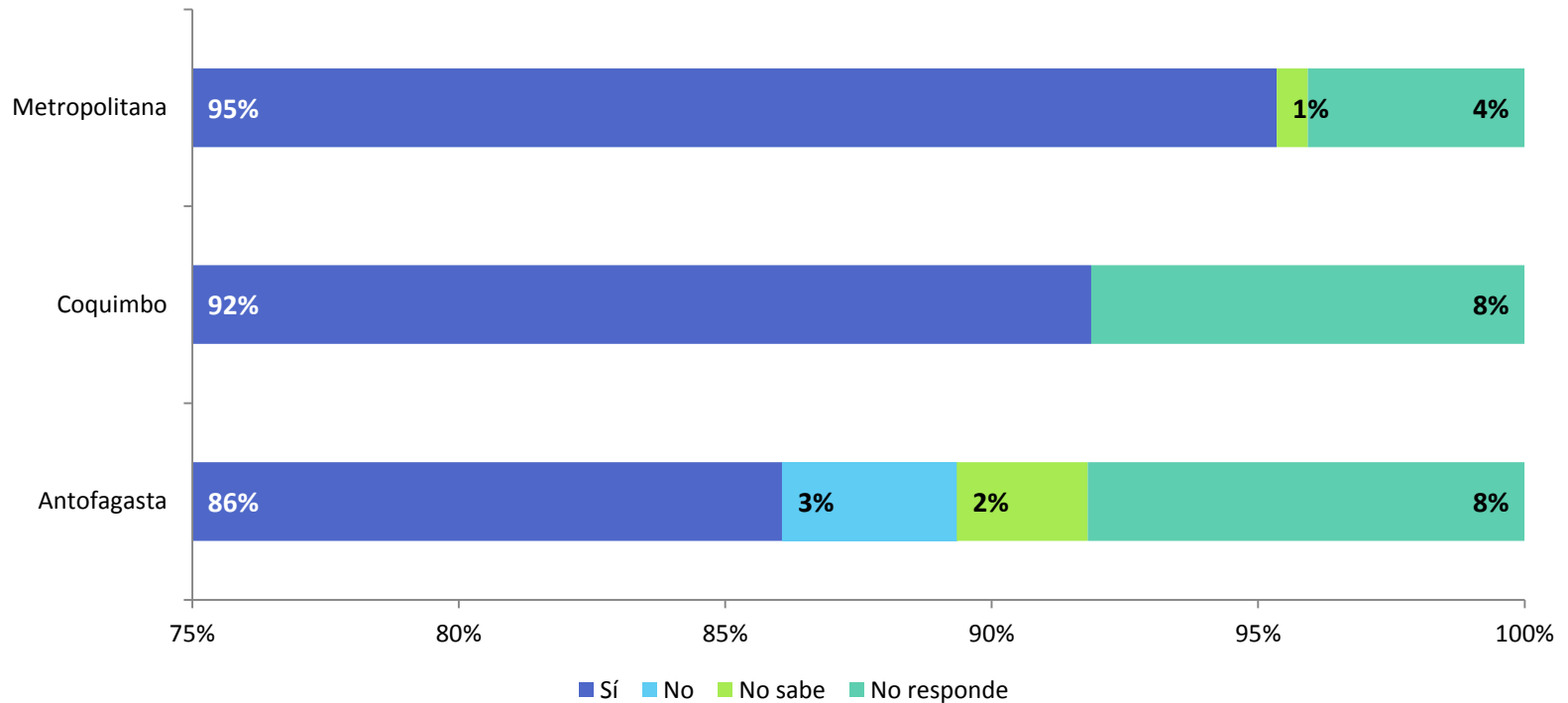
¿Recomendaría vivir esta experiencia de turismo astronómico a alguien más, como familiares y amigos?



Fuente: Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

Sobre el **90%** de los visitantes está dispuesto a recomendar la experiencia astroturística vivida.

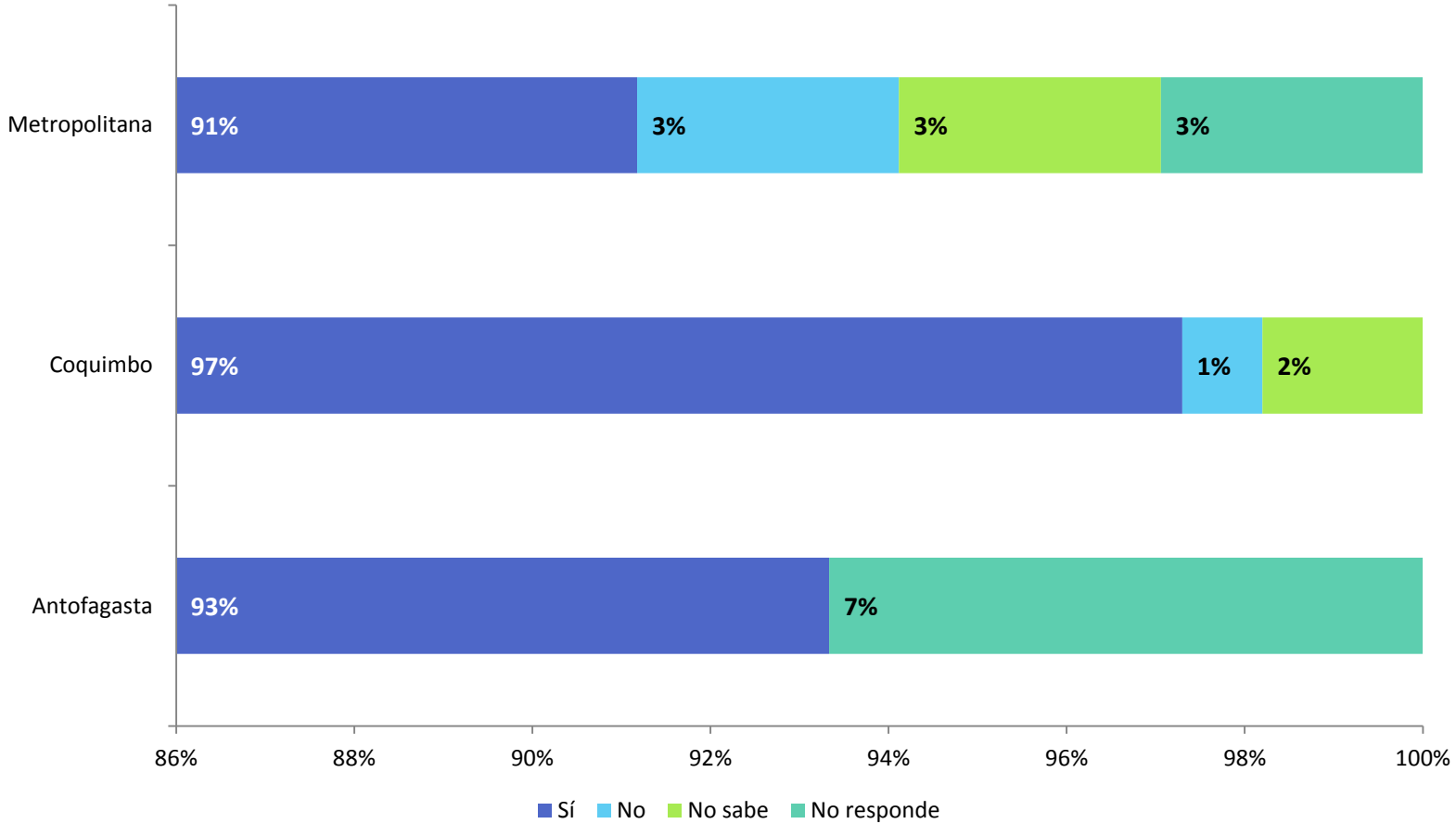
DISPOSICIÓN A RECOMENDAR LA EXPERIENCIA, SEGÚN REGIÓN DEL OFERENTE. Segmento visitantes nacionales.



Fuente: Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

Nuevamente Antofagasta aparece con el menor porcentaje de disposición a recomendación.

DISPOSICIÓN A RECOMENDAR LA EXPERIENCIA, SEGÚN REGIÓN DEL OFERENTE. Segmento visitantes internacionales.



Fuente: Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

EVALUACIÓN DE LAS EXPERIENCIAS ASTROTURISTICAS POR DIMENSIONES

DIMENSIÓN	T. NAC.	T. INT.	TOTAL
Información entregada previamente sobre la actividad	6,17	5,99	6,12
Facilidades para realizar reservas y pagos	6,37	6,14	6,31
Horarios y días de atención adecuados para los turistas	6,46	6,22	6,39
Si vino en vehículo propio o arrendado: Facilidad de acceso al lugar	6,00	5,51	5,86
Si contrató un servicio de transporte para acceder al lugar: calidad de este servicio	6,14	6,12	6,13
Calidad de la infraestructura del lugar (accesos, recepción, salones, baños, etc.)	6,20	6,38	6,25
Calidad de las instalaciones y equipos astronómicos del lugar (cúpulas, telescopios, binoculares, etc.)	6,46	6,58	6,49
Calidad del servicio de alimentación (si corresponde)	5,93	6,51	6,15
Calidad del servicio de alojamiento (si corresponde)	6,25	6,46	6,32
Calidad de la observación astronómica realizada (si corresponde)	6,58	6,65	6,60
Nivel de conocimiento sobre astronomía demostrado por el guía	6,57	6,74	6,62
Claridad del guía para explicar temas astronómicos	6,61	6,70	6,63
Disposición del guía a responder preguntas del público	6,65	6,84	6,70
Relación precio-calidad de la experiencia astroturística	6,48	6,51	6,49

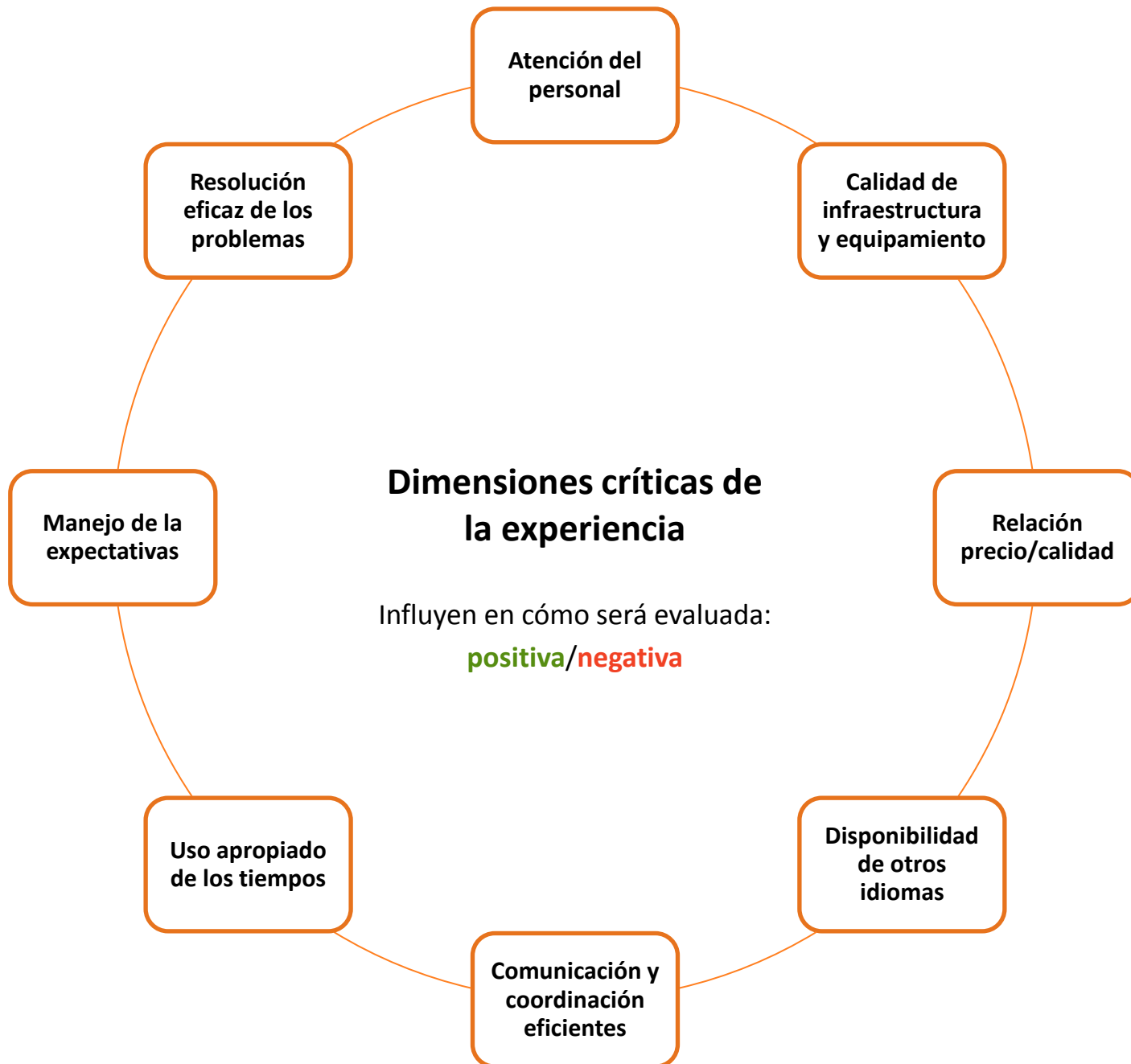
Fuente: Encuesta Nacional de Turismo Astronómico.

- En general, lo **peor evaluado** es la **facilidad de acceso** al lugar, la **calidad del transporte** (en caso de que sea incluido), la **información entregada previamente**; lo **mejor evaluado** es la **disposición del guía a responder preguntas**, la **claridad de este para explicar temas astronómicos**, y la **calidad de la observación realizada** (cuando corresponde).
- Para los visitantes nacionales lo **peor evaluado** es el **servicio de alimentación y la facilidad de acceso**; lo **mejor evaluado** es el **guía** en relación a su disposición a responder preguntas, su nivel de conocimiento y la claridad de sus explicaciones.
- Para los visitantes internacionales lo **peor evaluado** es la **facilidad de acceso y la información entregada previamente**; lo **mejor evaluado** es el **guía** relación a su disposición a responder preguntas, su nivel de conocimiento y la claridad de sus explicaciones.

ANÁLISIS DE COMENTARIOS DE TURISTAS: PRINCIPALES TÓPICOS

	COMENTARIOS POSITIVOS	COMENTARIOS NEGATIVOS
Observatorios Científicos	Las instalaciones, paisaje de montaña, observatorios como Tololo y Paranal, entorno para locaciones de películas.	Falta idioma inglés, los guías no son empáticos, el acceso es difícil.
Observatorios turísticos públicos	Aprender, Saturno, guías, telescopios, el Valle de Elqui y su cielo libre de contaminación lumínica.	Grupos muy grandes, esperas para la observación, decepción en las observaciones (sólo se ve un punto de luz), frío durante la experiencia.
Observatorios turísticos privados (con fines de lucro)	Idiomas variados, bebidas calientes, mantas para el frío, fotos de la experiencia como recuerdo, luna, guías.	Cancelaciones mal coordinadas, correo electrónico no funciona, decepción en las observaciones (sólo se ve un punto de luz) y personal descuidado (conductor).

	COMENTARIOS POSITIVOS	COMENTARIOS NEGATIVOS
Alojamientos Astronómicos	Infraestructura, servicio (guías, personal), alimentación.	Suciedad, agua escasa, baños sucios, precios altos, problemas de coordinación con el correo electrónico.
Planetarios y Museos	Meteoritos, ubicación cercana al centro de la ciudad.	Falta de información de horarios, precios altos, limitado en idiomas.
Tour Operadores	Guías, telescopios.	Problemas con guías, el servicio y los tiempos (demoras y duración) especialmente en viajes a otras localidades.



DIMENSIONES CRÍTICAS DE LA EXPERIENCIA ASTROTURÍSTICA

A partir del análisis de comentarios en TripAdvisor©, se identificaron dimensiones que se repiten tanto en los comentarios positivos como los negativos, esto los convierte en críticos, pues de ellos depende cómo se evaluará la experiencia.

- **Atención del personal:** guías, anfitriones, conductores, garzones y cocineros.
- **Calidad de la infraestructura y equipamiento.**
- **Relación precio/calidad.**
- Disponibilidad del servicio en **otros idiomas.**
- **Comunicación y coordinación eficientes.**
- **Uso apropiado de los tiempos:** sin esperas, ni alargar o acortar las experiencias.
- **Manejo de las expectativas,** especialmente sobre qué y cómo se observará en relación a lo ofertado en sitios web.
- La **resolución eficaz de los problemas,** que importa más que los problemas en sí mismos.

5. PERFILES DE ASTROTURISTAS: UNA PROPUESTA

SEGMENTOS IDENTIFICADOS PREVIAMENTE POR LOS OFERENTES

- **Turista popular:** No tienen conocimientos previos sobre astronomía, generalmente son turistas de sol y playa. Les interesan las experiencias con observación de cielo nocturno.
- **Turista de alto nivel cultural:** Son principalmente profesionales y se interesan por la astronomía (aunque no son aficionados). Buscan experiencias en las que puedan aprender algo.
- **Turista de larga distancia:** Vienen principalmente de EE.UU., Europa, Japón y China. Buscan experiencias especiales, únicas, diferentes a lo que conocen en el resto del mundo. Son los que más gastan.
- **Aficionados a la astronomía:** Tienen muchos conocimientos en astronomía. Les interesa contar con infraestructura para realizar astrofotografía u observación con instrumentos propios o arrendados.

ASTROTURISTAS NACIONALES

En relación al **turismo nacional**, el astroturismo ofrece:

- Diferenciación de experiencias y productos (nuevos panoramas, actividades), que permiten incrementar permanencia y gasto.
- Esto incluye la posibilidad de ofrecer experiencias *once-in-a-lifetime* (de diversos precios).
- Oportunidad de incrementar visitas nacionales en temporadas media y baja de diversos destinos regionales (escapadas de fines de semana)

TURISTAS NACIONALES: CARACTERÍSTICAS GENERALES

- Turistas de 18 a 40 años aproximadamente, de nivel socioeconómico medio y medio-alto. Proviene principalmente de la Región Metropolitana.
- Buscan ofertas de fácil acceso y de precios moderados (\$20.000 en promedio).
- El turista nacional tiene muy pocos conocimientos sobre astronomía, pero está interesado en aprender sobre el Universo y la ciencia.
- Complementa el astroturismo con otros tipos de actividades turísticas.
- Las mujeres influyen fuertemente en las decisiones de alojamiento. Ellas se preocupan especialmente de estándares de calidad en limpieza, comodidad y decoración.
- La comida es un importante atractivo dentro de la experiencia de viaje y los turistas esperan encontrar oferta de comida local atractiva en los destinos (“picadas”). Valoran que los servicios incluyan aperitivos, café o bebidas calientes para el frío, y snacks.

SEGMENTOS PROPUESTOS



SEGMENTO 1: FAMILIAS JÓVENES

Vacaciones de verano e invierno, fines de semana y feriados

- Son el segmento de turistas nacionales **más numeroso** (26,7% según la Encuesta Nacional de Turismo Astronómico).
- Buscan principalmente **entretención y recreación** en sus viajes.
- Consumen astroturismo principalmente durante los meses de **verano**, con un leve aumento de la demanda en julio y septiembre.
- Es el segmento de turista que busca los **precios más bajos** en los productos astroturísticos.
- Sus decisiones de compra de alojamientos y servicios de alimentación se ven fuertemente influidas dependiendo de si viajan con niños o no.

SEGMENTO 2: PAREJAS

Vacaciones de verano e invierno, fines de semana y feriados

- Segmento conformados por **adultos jóvenes**.
- Corresponden al **20% de la demanda nacional** de astroturismo (según datos de la Encuesta Nacional de Astroturismo).
- Se sienten atraídos por productos que incluyan en su experiencia un **momento “romántico”** o de disfrute pensado para dos personas.
- Buscan productos que integren actividades como **cenar, cabalgatas, cócteles**, entre otros.

SEGMENTO 3: ESTUDIANTES

Resto del año, giras de estudio

- Segmento conformado por escolares (primaria y secundaria).
- Permite contar con demanda para el astroturismo durante el año (paseos, giras de estudio, actividades pedagógicas).
- Requieren de productos especialmente diseñados de acuerdo a sus necesidades de aprendizaje (por ciclo o nivel de enseñanza).
- Influyen en las decisiones de compra de turistas adultos. (Si el niño fue con el colegio, puede influir en la posterior decisión de visita familiar la oferta astroturística).

SEGMENTO 4: TURISTAS SENIOR

Resto del año, programas de tercera edad

- El turista senior se encuentra en una etapa en que **puede dedicar tiempo y dinero para su disfrute personal.**
- Opta por la comodidad que encuentra en la **contratación de paquetes turísticos que agrupen todos los servicios** que requieren en viaje. Para ellos es importante que estos servicios se adecuen a sus gustos, intereses y necesidades.
- Se interesan por playas y termas, por lo que en este segmento el turismo astronómico puede complementar otras actividades.
- Para el turista senior, la compañía en viaje también es un elemento distintivo en relación al resto de los turistas, pues este grupo prefiere viajar con personas de su misma edad, evitando la presencia de niños.
- El turista senior evita manejar, por lo que viajará en bus o avión, y se alojará en hoteles ubicados en entornos “tranquilos”.
- Requiere de instalaciones accesibles.

ASTROTURISTAS INTERNACIONALES

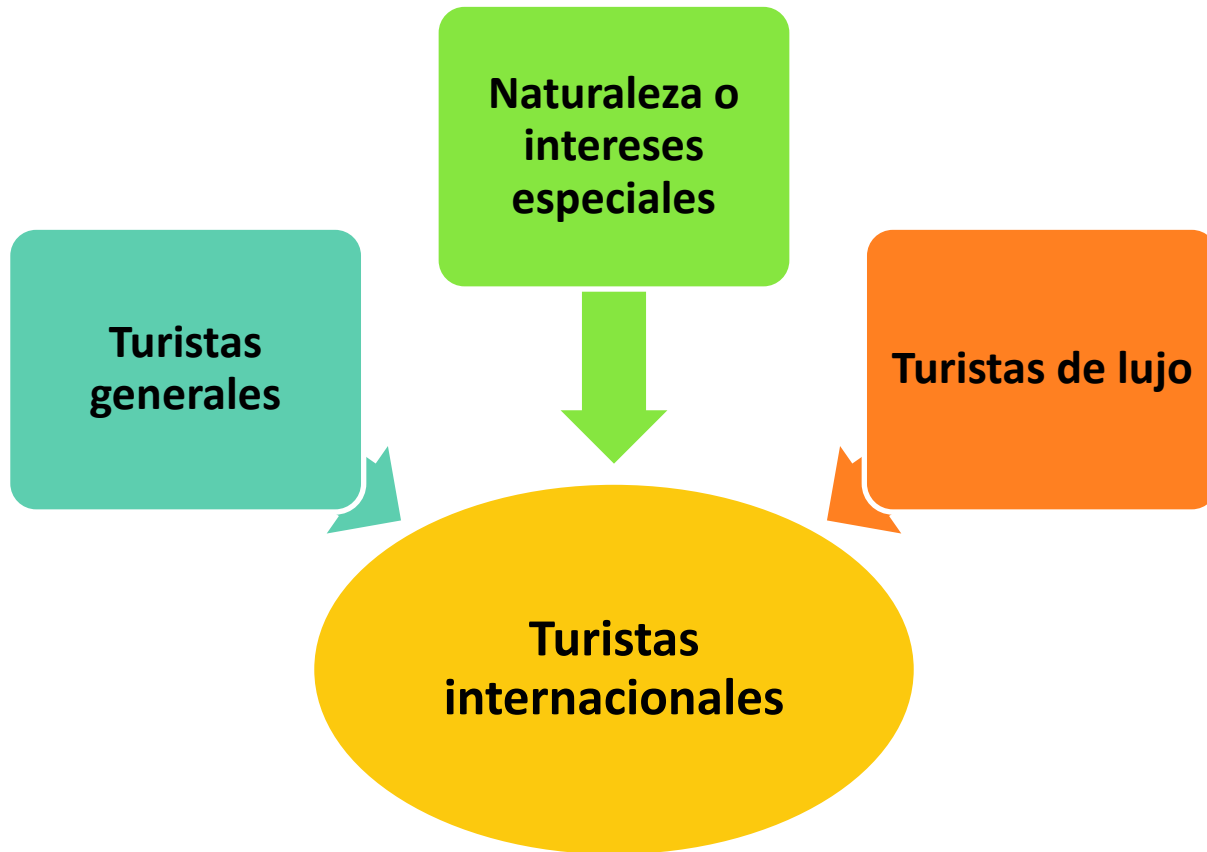
En relación al **turismo internacional**, el astroturismo ofrece:

- Diferenciación del destino Chile frente a otras alternativas.
- Diversificación de destinos dentro de Chile: otras opciones diferentes a San Pedro de Atacama, Isla de Pascua y Torres del Paine.
- Diferenciación de experiencias y productos (nuevos panoramas, actividades), que permiten incrementar permanencia y gasto.
- Esto incluye la posibilidad de ofrecer experiencias *once-in-a-lifetime* (de diversos precios).

TURISTAS EXTRANJEROS: CARACTERÍSTICAS GENERALES

- Turistas de 26 a 60 años.
- Proviene de **Brasil, EE.UU. y Europa Occidental** (destacan Alemania y Francia).
- **Viajan solos, en pareja o con amigos** (suman el 80% de la demanda extranjera según datos de la Encuesta Nacional de Turismo Astronómico).
- Prefieren mayoritariamente ofertas de **observatorios turísticos con fines de lucro y alojamientos** con oferta astroturística.
- Tienen a **gastar más** que los turistas nacionales.
- Prefiere **visitar lugares reconocidos internacionalmente** como destinos turísticos (San Pedro de Atacama y Patagonia).
- Exigen altos estándares de calidad que justifiquen la alta inversión que significa venir a Chile desde sus países de origen.

SEGMENTOS PROPUESTOS



SEGMENTO 1: TURISTAS GENERALES

Todo el año

- Destacan los turistas brasileños, norteamericanos y europeos.
- **No tienen una imagen definida de Chile como destino astroturístico.**
- Se informan a través de Internet de lo que pueden encontrar aquí.
- Llegan a la oferta astroturística a medida que descubren los atractivos de los destinos que visitan.
- **Consumen astroturismo principalmente en la Región de Antofagasta (56% de la demanda de esa región es extranjera).**
- Buscan destinos turísticos con una oferta de actividades variada y novedosa.
- En cuanto a los turistas brasileños, sus decisiones de viaje están muy influidas por las tendencias (lo que está de moda).

SEGMENTO 2: NATURALEZA E INTERESES ESPECIALES

Todo el año

- Demuestran un **mayor interés por la astronomía y están mejor informados** acerca de la oferta disponible. Planifican sus viajes con antelación.
- Poseen un **conocimiento más acabado acerca de los destinos** que ofrece Chile (San Pedro de Atacama, Patagonia, valles centrales y centros de esquí).
- Cuentan con un alto **nivel cultural**, especialmente los europeos.
- Desean vivir **experiencias específicas y únicas** en los destinos que visitan, alineadas con el turismo de naturaleza e intereses especiales.

SEGMENTO 3: TURISTAS DE LUJO

Todo el año

- Poseen un **alto poder adquisitivo** y no escatiman en gastos.
- Buscan **experiencias y servicios turísticos exclusivos y de lujo** en los destinos que visitan. Ej. grupos de tour muy pequeños, personal de atención exclusivo para cada grupo de viaje.
- Prefieren productos turísticos disponibles en inglés o mejor aún, en su idioma nativo. Esperan que el guía tenga un alto manejo del idioma y de los conocimientos necesarios para cada experiencia.
- Se trata de personas que han viajado mucho y que buscan **experiencias auténticas** y específicas de los destinos que visitan.
- En Chile acceden a actividades astroturísticas a través de hoteles *high end* que cuentan con este servicio.

AFICIONADOS A LAS ASTRONOMÍA

Aficionados a la astronomía

Astrofotógrafos

AFICIONADOS A LA ASTRONOMÍA

Todo el año. Principalmente en días de luna nueva.

- Edades entre 20 y 60 años, aproximadamente.
- Principalmente hombres (3 de cada 4)
- Alto nivel educacional. Aprenden de astronomía de manera autodidacta a través de internet, literatura especializada e instancias grupales. Tienen conocimientos acabados sobre astronomía y ciencia.
- Uno de cada tres participa en alguna asociación de aficionados.
- Diversos en términos socioeconómicos, pero los astrofotógrafos cuentan con un **alto poder adquisitivo**, tienden a consumir productos altamente especializados y, por tanto, de mayor costo.
- Alto compromiso con la afición.
- Se informan mediante internet (foros y revistas especializadas).
- Observan el cielo con telescopios con frecuencia semanal y/o mensual.
- Cuentan con instrumentos para su afición. Los astrofotógrafos cuentan con los mejores y más costosos equipos.

- Practican la afición a la astronomía mayoritariamente de manera individual, aunque también pueden desarrollar actividades con otros aficionados, o con sus amigos.
- Sus viajes con fines astronómicos tienen una duración de 3 a 4 días. No coinciden necesariamente con sus vacaciones familiares.
- Buscan ofertas temáticas y especializadas, que les permitan realizar observaciones o astrofotografía con sus propios equipos o equipos arrendados.
- Buscan un espacio donde discutir sobre astronomía, compartir experiencias y realizar observaciones al aire libre.
- Aprecian destinos con certificaciones de cielo oscuro.
- No les interesan los productos orientados a turistas generales. Les interesa conocer instalaciones científicas (que les permitan ir de noche).

Los aficionados quieren experiencias de turismo astronómico que les brinden mayor autonomía. Les interesa que les ofrezcan:

- **Cielos oscuros**, sin contaminación lumínica.
- **Seguridad** para sus instrumentos (si los llevan).
- **Arriendo** de instrumentos y equipos.
- **Facilitador técnico** en vez de guía.
- **Plataformas** para instalar equipos con electricidad.
- Acceso a **internet**.
- Alojamientos económicos y cerca de los observatorios.
- Alimentación económica: cocina local, almacenes para comprar víveres.
- Hotelería con **servicios funcionando de noche** (comida, café).
- Hotel/hospedaje con **poco ruido de día**.
- **Facilidades para traslados** (incluidos en el ticket del observatorio).
- Caminos en buen estado y bien señalizados.
- Una oferta complementaria de actividades de turismo de naturaleza.



Esta presentación esta disponible en:
www.astroturismochile.cl

Ejecuta:



Con el apoyo de:

