



Universidad Austral de Chile

---

Escuela de Ingeniería Comercial  
Sede Puerto Montt  
Seminario de Grado

**DETERMINACIÓN Y EVALUACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO DE  
LA PESCA RECREATIVA EN LOS SERVICIOS DE LA CIUDAD DE  
PALENA EN UN MARCO DE SUSTENTABILIDAD.**

Tesina presentada como requisito para  
Optar al Grado de Licenciado en  
Administración.

Profesor Responsable: Jenny Pulgar

Profesor Patrocinante: Oscar Guevara

CLAUDIO ARIEL FILOZA MANSILLA

JORGE ANDRÉS MENA CÁRCAMO

Puerto Montt- Chile

2012

*“Cuanto más vivo, más me doy cuenta de la importancia de la actitud en la vida. Actitud para mí es más importante que los hechos. Más importante que el pasado, que la educación, que el dinero, que las circunstancias, que los fracasos, que el éxito, que lo que piensan o hacen los demás. Es más importante que la apariencia, un don o una habilidad. Hará o destruirá una empresa, una iglesia, un hogar. Lo más sorprendente es que cada día podemos decidir nuestra actitud. No podemos cambiar el pasado...no podemos cambiar el hecho de que la gente se comporta de un cierto modo. No podemos cambiar lo inevitable. Lo único que podemos hacer es usar lo que tenemos, y esa es nuestra actitud. Estoy convencido de que la vida consiste en un diez por ciento de lo que te pasa y un noventa por ciento de como tu reaccionas hacia ella. Y así es, somos responsables de nuestra actitud.”*

**Charles Swindoll**

## **Agradecimientos**

**Conjuntos:** *A nuestro profesor Patrocinante Sr. Oscar Guevara por incondicional apoyo, orientación y buena disposición durante todo el proceso de investigación. Además agradecer a la Sr. Graciela Carrizo que nos proporcionó información fundamental para las conclusiones y análisis de nuestro estudio.*

**Claudio:** *A mis padres Sergio y Ariela por su incondicional, fundamental y constante apoyo. A mi padre por sus consejos, fortaleza, enseñanzas de vida y optimismo frente al trabajo. A mi madre por darme la vida, por su preocupación incondicional y por estar presente en los más mínimos detalles. A mi hermana Marcela por su disposición a ayudarme de forma sincera e incondicional. A nuestro profesor guía Sr. Oscar Guevara por su fundamental apoyo, enseñanza, orientación y buena disposición durante el desarrollo de esta tesina de grado. Finalmente agradezco a amigos, tíos y a todos que de una u otra forma han influido en mi desempeño personal y estudiantil. También de forma significativa agradezco a Dios por lo que tengo y he logrado hasta el día de hoy.*

**Jorge:** *A mi familia que me ha apoyado a lo largo de toda mi formación, no tan solo estudiantil si no como persona, a mi madre Marlene que siempre se ha esforzado para poder entregarme a mí y a mis hermanos la mejor educación, a mi padre Jorge que siempre me apoya en lo que necesito y me enseña el camino correcto para salir adelante, también quiero agradecer que en un momento complicado de mi etapa estudiantil y personal recibí todo el apoyo, preocupación y afecto de mi tía Juana y mi tío Emilio, muchas gracias!. Por ultimo a mi Universidad y en especial a los profesores pertenecientes al grupo docente de mi carrera por entregarme todas las herramientas necesarias para poder desarrollar esta investigación con éxito.*

## ÍNDICE DE MATERIAS

RESUMEN	
1.- INTRODUCCIÓN.....	1
2.- PRESENTACION DEL PROBLEMA.....	2
2.1.- Planteamiento del Problema .....	2
2.2.- Justificación.....	3
2.3.- Preguntas de Investigación .....	3
2.4.- Objetivo General.....	4
2.5.- Objetivos Específicos .....	4
2.6.- Supuestos .....	4
2.7.- Categorías .....	5
2.7.1.- <i>Producto Interno Bruto, en la Región De Los Lagos</i> .....	5
2.7.2.- <i>Demanda turística en la Comuna de Palena</i> .....	5
2.8.- Marco Conceptual.....	6
2.8.1.- <i>Características de Palena</i> .....	6
2.8.2.- <i>Geografía</i> .....	7
2.8.3.- <i>Economía</i> .....	9
2.8.4.- <i>La pesca recreativa o deportiva</i> .....	9
2.8.5.- <i>La pesca deportiva-recreativa como actividad turística generadora de desarrollo</i> .....	10
2.8.6.- <i>Referentes Internacionales en los que la pesca deportiva ha sido un referente de crecimiento económico</i> .....	10
2.9. Marco Teórico.....	11
2.10. Marco Empírico .....	14
3.- MATERIAL Y METODOLOGÍA DE ANÁLISIS.....	17
3.1.- Técnicas de Recolección de datos .....	17
3.2.- Diseño Muestral.....	17
3.2.1.- <i>Determinación de la Población</i> .....	17
3.2.2.- <i>Definición de la diseño muestra</i> .....	18
3.2.4.- <i>Estandarización de los datos</i> .....	19

3.2.5.- Estandarización del PIB .....	19
3.2.6.- Estandarización de la Demanda de la Pesca recreativa .....	19
4.- PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	20
4.1.- Análisis del ítem información Secundaria .....	20
4.1.1.- Registro de turistas temporada 2011-2012. Ciudad de Alto Palena. ....	20
4.1.2.- Análisis comparativo de la información .....	23
4.1.3.- Caracterización de la pesca recreativa en la Patagonia Chilena .....	25
4.1.4.- Índice Actividad Económica Regional.....	26
El crecimiento regional del trimestre abril-junio fue de un 14,9% representa la cuarta variación positiva de la región, acumulando en el primer semestre de 2012 una variación de 15,2%. .....	27
4.1. Análisis de Encuestas .....	27
4.2.1 Información General.....	28
4.2.2.- Sección Capacidad Hotelera .....	35
4.2.3.- Sección Gastronómica .....	38
4.2.4.- Sección Otros Servicios Relacionados .....	40
4.3.- Cruce de variables sobre cómo se evalúa el impacto económico de pesca recreativa en cada servicio de la ciudad de Palena. ....	41
5.- CONCLUSIONES .....	42
6.- BIBLIOGRAFÍA .....	45
7.- ANEXOS .....	46
7.1.- Gráficos .....	46
7.2.- Cuadro de los nombres pertenecientes a los servicios encuestados.....	53
7.3.- Determinación universo muestral .....	54

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Universo Total .....	28
Tabla N° 2: Actividad o servicios participantes de la muestra .....	28
Tabla N° 3: ¿Cuál cree usted que es el motivo principal por el cual visitan Palena, los turistas? Indique en orden de preferencia de (1-6) .....	29
Tabla N° 4: ¿Según su experiencia, que habría que cambiar o mejorar para que aumente el número de turistas en la temporada de pesca? .....	29
Tabla N° 5: ¿Qué renovaría o cambiaría del Río Palena, para que se potencie el turismo? .....	30

Tabla N° 6: Según su experiencia ¿Cuáles son los potenciales que ofrece el Río Palena para el turismo? .....	31
Tabla N° 7: ¿Pertenece usted a alguna de las siguientes instituciones? .....	31
Tabla N° 8: Indique el tipo de valor agregado que entrega su servicio .....	32
Tabla N° 9: ¿Durante qué meses sus ventas se ven incrementadas, en relación a la temporada de pesca? .....	32
Tabla N° 10: ¿Evalué de 1 a 10 la importancia que tiene cada factor para que los turistas visiten la comuna de Palena? .....	34
Tabla N° 11: Universo Total, rubro pernoctación .....	35
Tabla N° 12: ¿Por qué cree usted que los pescadores deportivos prefieren su hotel u hospedaje? .....	35
Tabla N° 13: ¿Cuál es el N° de camas o sitios de camping con los que cuenta? .....	36
Tabla N° 14: ¿Usted encuentra que su capacidad de camas, o sitios de camping es sobrepasada por la demanda? .....	36
Tabla N° 15:Cuál es el rango de precio por día, de su hospedaje .....	37
Tabla N° 16: Rubro restaurante .....	38
Tabla N° 17: ¿Cuáles son los productos más demandados por los pescadores deportivos en su restaurante? .....	38
Tabla N° 18: ¿Considera usted que el consumo de los pescadores en su restaurante es? .....	38
Tabla N° 19: ¿Cuál es el consumo promedio diario de una persona en su restaurante? .....	39
Tabla N° 20: Rubro transporte .....	40
Tabla N° 21: ¿Cuál es su rango promedio de precios, según estos servicios de transporte u excursiones, para los pescadores deportivos? .....	40
Tabla N° 22: Cruce de variables .....	41

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N° 1: Cantidad de personas según sexo y edad .....	20
Ilustración N° 2: Pernoctaciones por grupos según número de noches .....	21
Ilustración N° 3: Origen de los turistas .....	22
Ilustración N° 4: Principales actividades realizadas .....	22
Ilustración N° 5: Fuente de Información utilizada según origen de los turistas .....	23
Ilustración N° 6: Fuente de información utilizada cuadro comparativo .....	24
Ilustración N° 7: Actividad económica regional trimestre enero – marzo 2012 .....	26
Ilustración N° 8: actividad económica regional trimestre abril – junio 2012 .....	27
Ilustración N° 9: Días de Pernoctación en los Servicios .....	37

## RESUMEN

La situación de globalización que afecta al mundo imperiosamente, sin duda es un factor que genera desarrollo económico local, por tanto nuestra investigación se centra básicamente en este contexto. Surge en un marco de deterioro económico en la Ciudad de Alto Palena, ya que esta ciudad es la que presenta el menor crecimiento en relación a la Región De Los Lagos. Nuestro objetivo general deslumbra el diagnóstico, la evaluación y podrá presentar medidas que potencien la pesca deportiva como actividad turística generadora de ingresos, en un marco de sustentabilidad económica. Por cierto que este factor se respalda con un marco referencial, que describe los orígenes de la ciudad, su geografía, clima y cultura. Igualmente el estudio se refiere al desarrollo económico local y de escala humana como el instrumento base para cuantificar la investigación empíricamente.

Para ello se analizan los servicios como *Lodge*, cabañas y guías de pesca, entre otros siendo válidamente encuestados 40 servicios de un total muestral de 43. Los cuales arrojaron resultados concretos que son presentados en las conclusiones de nuestra tesina. También en este estudio, se verá que la correlación entre el impacto económico de la pesca deportiva con los servicios solo es positivo en algunos principalmente los Lodge de pesca. La población en este caso micro empresarios necesitan de capacitaciones para efectuar de mejor forma la atención y el servicio hacia los turistas ya sea extranjero o nacional.

## 1.- INTRODUCCIÓN

En un marco de crecimiento económico en los últimos años en la Región De Los Lagos sustentado por un resurgimiento en la industria salmonera y corroborada por tasas de crecimiento (IMACEC, 2011) constantes más una baja en la tasa de desempleo debemos señalar que la ciudad de Palena, se ha visto poco favorecida o más bien deprimida, en términos económicos, en comparación con otras comunas evidentemente más favorecidas con este crecimiento económico regional.

La presente investigación de carácter descriptivo, que se enfoca en un marco cualitativo se enmarca en la Política de desarrollo sustentable y a escala humana de la Región de Los Lagos, enfocándose en la Comuna de Palena. Por ello esta investigación tiene como base, diagnosticar lo que ocurre actualmente con la pesca deportiva o recreativa en la zona y en conjunto a este análisis, ver si existe una relación entre los aspectos de pesca deportiva y crecimiento económico, también ver su influencia en los servicios asociados a ella y particularmente cómo influye este fenómeno en el turismo local.

En consecuencia, dentro de los objetivos se espera formular medidas que beneficien a la comunidad, permitiendo a las autoridades gubernamentales y a los servicios de Palena, conocer las fortalezas y debilidades del turismo en la zona.

Una vez realizada la encuesta se determinaron factores que son fundamentales para poder realizar un trabajo más intensivo y de mejor calidad que logren potenciar y generar ventajas competitivas para los comerciantes de la comuna. Los principales argumentos que se necesitan en la comuna son capacitación, conectividad y proyectos enfocados en el medio ambiente.

## **2.- PRESENTACION DEL PROBLEMA**

### **2.1.- Planteamiento del Problema**

Considerando el escenario vivido en los últimos años, en la Décima Región, producto de la crisis sanitaria en la Industria del salmón y la erupción del volcán Chaitén, se considera relevante diversificar y fortalecer las actividades productivas, potenciales con las que cuenta la zona Sur Austral. La pesca recreativa-deportiva se identifica como una de las actividades económicas de mayor relevancia para la Comuna de Palena, considerando los atributos ofrecidos en cuanto a paisajes, ríos, lagos, fauna y flora.

El motivo del estudio surge, de la realidad tangible que ofrece la Comuna de Alto Palena, ya que esta tiene los suficientes recursos naturales y turísticos para que se produzca un auge económico producto de la pesca deportiva-recreativa, impulsada por la actividad turística generadora de ingresos, sustentado en un impacto hacia los servicios. Hoy en día, la realidad de Palena, describe a una de las comunas más pobres de Chile. Esta situación de aislamiento y difícil acceso, sumado a políticas públicas deficientes ha instaurado esta realidad. Cabe mencionar que la principal actividad económica de la ciudad se centra en el turismo ecológico y en la pesca recreativa.

Esta investigación se realiza con la esperanza de potenciar una comunidad altamente deprimida; y así lograr tener un desarrollo turístico relevante, tal cual ocurre con el sector de Corcovado, en el lado Argentino, en el cual el turismo es la principal actividad económica, lo que se refleja en la actividad hotelera y receptiva que ha llevado a esa Región prosperidad a través de los ingresos generados por la pesca recreativa-deportiva.

Para cumplir con esta actividad se elaboraran encuestas, las que se aplicarán a los dueños de los servicios, importante para este estudio. La información generada por la encuesta permitirá capturar información relevante para la evaluación del impacto económico de la pesca recreativa en la Comuna de Alto Palena.

## 2.2.- Justificación

Esta investigación se justifica y motiva básicamente por la forma en que se puede describir lo que sucede actualmente en la Comuna de Palena, por ser una de las ciudades más deprimidas económicamente en relación a otras ciudades de la Región De Los Lagos.

Es por ello que se busca explicar este contexto de forma racional y ajustada a la realidad. El propósito de poder evaluar el impacto de las decisiones económicas en la zona, radica básicamente en que se pueda analizar este entorno objetivamente con la intención de validar el planteamiento del problema que ha dado origen a este análisis, en un marco de sustentabilidad económica.

Si bien el crecimiento esperado de la Industria Turística es significativo, los actores involucrados en la pesca recreativa declaran que existen importantes falencias entre las cuales se destacan la existencia de una cantidad de operadores no registrados oficialmente, además la deficiencia de lugares habilitados para que turistas extranjeros adquieran licencias de pesca y la falta de información secundaria, sumado a la falta de promoción y acceso a las zonas de pesca. Estas señales son bastante negativas para los turistas que realizan pesca deportiva-recreativa.

En consecuencia nuestra justificación, describe la siguiente idea ¿Por qué existe una enorme inquietud, en estos temas, ya que no se les permite a los operadores de los *lodges* tener un manejo sustentable del impacto que tiene la pesca recreativa en su servicio?

## 2.3.- Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es el impacto económico que tiene la pesca deportiva en los servicios de la Comuna de Alto Palena?
- ¿La pesca deportiva-recreativa es un pilar fundamental para el desarrollo económico de la Comuna de Palena?

- ¿La aplicación de este estudio, generará una relación entre los dueños de los servicios, y el número de turistas, que practican la pesca deportiva en la Comuna de Palena?

#### 2.4.- Objetivo General

- Diagnosticar, evaluar y presentar medidas que potencien la pesca deportiva-recreativa como actividad turística generadora de ingresos en un marco de sustentabilidad económica para la Ciudad de Palena.

#### 2.5.- Objetivos Específicos

1. Realizar una caracterización de los visitantes de la Ciudad de Palena, en aspectos socio culturales y económicos.
2. Determinar los factores que han influido en el desempeño económico actual de Alto Palena, basado en estadísticas del INE y ministerio de economía
3. Diseñar estrategias y recomendaciones a dueños de los servicios asociados a la pesca deportiva-recreativa y autoridades gubernamentales de la ciudad con el objetivo de mejorar las condiciones socio-económicas de la zona.

#### 2.6.- Supuestos

1. Las prácticas de la economía Regional se ven reflejas en un desarrollo sustentable que impacte a la Comuna de Palena.
2. Existe una correlación entre la calidad del servicio y las personas que van a Palena con el fin de desarrollar la pesca deportiva-recreativa como actividad turística.

3. Si se produce una reactivación de la pesca deportiva-recreativa, producto de una promoción o mejoras en las políticas gubernamentales, se produce una mejora en los índices económicos de la Comuna de Alto Palena.
  
4. Si los dueños de los servicios tales como hoteles, hostales, cabañas, *lodge* de pesca, restaurantes, mejoraran su atención y la calidad de su servicio, aumentara la demanda de turistas que se genera por la pesca deportiva-recreativa.

## 2.7.- Categorías

### 2.7.1.- *Producto Interno Bruto, en la Región De Los Lagos*

La medida más importante de la producción de una economía o Industria es el Producto Interno Bruto (PIB). Este es un indicador estadístico que intenta medir el valor total de los bienes y servicios finales producidos dentro de los límites geográficos de una economía en un período dado de tiempo. Se calcula sumando los valores de mercado de todos los bienes y servicios finales de dicha economía o sector determinado (Larraín & Sachs, 2002). Ahora bien este indicador se calcula a nivel nacional y regional, es por ello que tiene una importancia ejemplar dentro de nuestro análisis.

### 2.7.2.- *Demanda turística en la Comuna de Palena*

Dentro del marco sustentable, enfocado a la Comuna de Palena, definimos esta variable ya que representa una variación susceptible de medirse u observarse. En la relación de demanda de turistas que practican la pesca deportiva, la cual se entiende como el número potencial de personas que buscan los mejores lugares del mundo para realizar esta actividad que involucra tanto aspectos recreativos y deportivos. Estas personas buscan los mejores ríos y lagos de países como regiones en particular. Otro aspecto importante son las especies de peces, ya que estas personas priorizan el tamaño, la talla y las fechas de desove.

En este contexto los ciclos de pesca deportiva a nivel mundial, se producen en un escenario llamado “contra temporada” la cual se entiende como la diferencia entre fechas de apertura en la temporada de pesca, entre los distintos hemisferios del planeta. Por tanto cuando en Chile se abre dicha temporada, en Europa y Norteamérica, están cerradas.

Este factor es el principal instrumento generador de demanda en el hemisferio sur, llegando a países como Chile, Argentina, Colombia y Perú. En consecuencia todos estos países tienen una demanda en particular, la cual se entiende como el número total de pescadores deportivos que visitan Chile u otro País en un determinado espacio de tiempo. Cabe mencionar que esta actividad hoy en día es la principal fuente de ingresos para la ciudad de Palena, por ello su importancia e impacto económico.

## 2.8.- Marco Conceptual

### 2.8.1.- *Características de Palena*

Su nombre es Alto Palena, y se trata de una comuna donde la diversidad de paisajes asociados a la topografía montañosa y a la transición climática, han logrado hacerla destino de miles de viajeros que quieren conocer esta bella región Chilena.

En plena Patagonia chilena, Alto Palena es la comuna más austral de la Región de Los Lagos, localizada unos 1.350 km al sur de Santiago. Forma parte de la Cuenca del Palena-Queulat, un territorio inexplorado todavía, al que se llega por la Carretera Austral.

Desde Puerto Montt son 360 km (hacia el norte) y 403 kilómetros a Coyhaique (hacia el sur) con conexión en Villa Santa Lucía. Por avión, se puede llegar por su aeropuerto. El paso terrestre internacional Río Encuentro (Argentina) la comunica con el país vecino.

La pesca deportiva es uno de los grandes atractivos de la región, donde las cuencas de los ríos Palena y Yelcho son ideales para conseguir grandes ejemplares

únicos de trucha de arroyo, arcoíris y salmones del Pacífico como también el Coho. Puerto Ramírez es desde donde salen las mejores excursiones de pesca.

En Alto Palena, el agroturismo se ha ampliado y llegó a todos lados. El visitante puede alojarse en casas de campo realizando las tareas habituales como ensillar caballos, participar en la fabricación de quesos o ponerle la marca de los animales. Salidas en balsas y kayaks con guías profesionales permiten adentrarse en zonas casi desconocidas de la cordillera. Alto Palena tiene en su calendario dos fiestas populares. Una es la semana de aniversario en el mes de febrero, en la cual, además, se realiza el tradicional rodeo con vistas a la competencia nacional. En el mes de noviembre se celebra la fiesta costumbrista donde toda la zona de influencia presenta demostraciones de comidas y juegos típicos. La comuna de Palena no ha sido afectada directamente por el volcán Chaitén. Sus ríos, bosques y cordillera superaron en poco tiempo la ceniza volcánica. Se trata de un territorio mágico que tiene todo para que el visitante lo descubra.

### 2.8.2.- Geografía

En relación al clima, es posible advertir dos tipos diferentes: uno de ellos característico de la zona costera con temperaturas moderadas a bajas, sin grandes variaciones, debido a la influencia marina con un promedio de 3500 mm. Anuales que se registra en las comunas de Chaitén y Hualaihué; el otro es el clima de las zonas altas con variaciones térmicas más intensas, altas temperaturas estivales y pluviometría que alcanza a 2.000 mm anuales y que caracteriza a las comunas de Futaleufú y Palena.

Además por estar ubicada en las altas partes de la Cordillera de los Andes, tiene características climáticas especiales que la diferencian notablemente del resto del territorio, debido exclusivamente a su ubicación. Presenta un microclima en la temporada estival y siendo bastante más seco que el litoral. La zona montañosa cuenta con una constante transición climática importante que genera la diversidad en el paisaje.

El clima continental trasandino al que corresponde Palena, cuenta con temperaturas promedio en invierno de 7°C y en verano entre los 8°C y los 27°C. Un

clima muy agradable y propicio para llevar a cabo distintas actividades turísticas que allí se ofrecen, como las cabalgatas en las montañas y la pesca con mosca ríos y lagos y lagunas.

En el verano hay un promedio de luz de 15 hrs., en invierno de 10 hrs. Tiene precipitaciones promedio de 1700 mm., siendo el mes de mayo, el mes con más presencia de lluvias. Y febrero es el mes más cálido del año donde se puede sentir las temperaturas más altas.

Los recursos hidrológicos, con un gran potencial de utilización, constituyen una de las características de la provincia. Los cursos de agua, de origen nival, forman en sus trayectos vastos sistemas hidrológicos que incluyen esteros, lagos, lagunas y ríos principales. Destacan el río Palena al sur de la provincia (que nace en la Argentina y termina en la Región de Aysén), el río Futaleufú (que también nace al otro lado de la frontera), el río Vodudahue, el río Corcovado y el río Yelcho, entre otros.

De los innumerables lagos, los principales son el Yelcho, el más grande de la provincia, el Palena, el Espolón y el Trébol. La ciudad de palena cuenta con uno de sus mayores atractivos naturales; Reserva Nacional Lago palena: Posee 49415 hectáreas de extensión y se ubica a 24 km de la ciudad de Palena. Su paisaje está dominado por las altas montañas, cascos de hielo y un bosque de lenga que llega hasta el mismo lago. Es el primero de los lagos Binacionales entre Chile y Argentina, conocido en el lado argentino como lago vintter. Para acceder a este lugar es necesario contratar un guía y caballos en Palena, dado que el trayecto cuenta con un primer acceso vehicular y luego es duro y escarpado por lo que se hace necesario este servicio. Se recomienda en el camino alojar en el sector el azul en el Bed and Breakfast Rincon de la nieve, donde podrá disfrutar del agroturismo y compartir con la familia. Luego el trayecto se realiza por un sendero apto para caballos y caminatas, llegando a orillas del lago Palena en el sector Zancudo.

### 2.8.3.- *Economía*

Luego de que se puso fin a la controversia de límites, comenzó a desarrollarse la siembra y la ganadería; hoy, esta última actividad ha crecido y es la principal fuente de recursos de la zona. El turismo también es otra fuente de ingresos, aunque bastante menor. Palena ofrece innumerables paquetes turísticos para recorrer sus ríos y lagos mediante cabalgatas, trekking, rafting, pesca deportiva en las cercanías, como también en Puerto Ramírez y Puerto Piedra.

La pesca deportiva es uno de los grandes atractivos de la región, donde las cuencas de los ríos Palena y Yelcho son ideales para conseguir grandes ejemplares únicos de trucha arroyo, arcoíris y salmones del Pacífico.

### 2.8.4.- *La pesca recreativa o deportiva*

Se entiende por Pesca Recreativa la actividad pesquera realizada por personas naturales que tiene por objeto la captura de especies hidrobiológicas (peces) con aparejos de pesca de uso personal, sin fines de lucro para el pescador y con propósitos de deporte, turismo o entretenimiento.

La pesca se realiza en aguas territoriales continentales, embalses, ríos y lagunas, en un contexto de armonía, tranquilidad y respeto por el medio ambiente. Por lo cual esta disciplina, se relaciona directamente con el turismo ecológico, ya que es un ejemplo de este medio. Los métodos más utilizados para ejercer la pesca son: carnada, mosca, retirado y curricán. No existe una diferencia significativa entre el método utilizado en aguas interiores y en litorales. Para realizar la actividad de pesca recreativa la persona deberá estar en posesión de una licencia otorgada por el Servicio Nacional de Pesca. Esta licencia es personal e intransferible y deberá portarse durante la práctica de la actividad.

### *2.8.5.- La pesca deportiva-recreativa como actividad turística generadora de desarrollo*

Sin duda, hoy en día para la Comuna de Palena la pesca deportiva- recreativa, implica uno de los mayores ingresos económicos, potenciando a partir de este hecho el turismo en la zona, lo que específicamente implica que se produzca un motor de desarrollo local para esta deprimida ciudad. Por ello que este estudio busca determinar el impacto, que se produce sobre los servicios, asociados a la pesca, vinculado a un sentido social.

Cabe destacar que dentro de los principales Lagos y Ríos de la Región de Los Lagos para ejercer la pesca deportiva, se encuentran el Lago Yelcho, Río Futaleufú, Río Palena, Río Tigre.

Actualmente se aproxima el ingreso proveniente de la actividad en US \$ 20 Millones Anuales.

### *2.8.6.- Referentes Internacionales en los que la pesca deportiva ha sido un referente de crecimiento económico*

Uno de los países referentes en este ámbito es Argentina, ya que gracias a su Patagonia, tiene potencial muy grande en cuanto a los turistas que visitan este país y lo hacen por la pesca deportiva.

Otro ejemplo muy importante es el caso de México, donde la pesca se realiza mayormente por personas de origen nacional que tienen un nivel de ingreso de medio a alto, además la mayor parte de los pescadores se concentra en zonas de agua dulce o aguas interiores. El gasto promedio, por viaje para cada pescador se estima en USD\$ 2000 en la actualidad, la demanda económica genera que esta actividad se ha acrecentado pasando de 2% a más del 5% del PIB nacional y en algunas entidades del país llega a representar hasta el 24% del PIB turístico. Las especies más buscadas para la pesca, varían en función de la zona.

## 2.9. Marco Teórico

Para que el presente trabajo establezca una definición en la relación entre Desarrollo Económico, Desarrollo Económico Local (DEL), desarrollo sustentable y a escala humana, además de hacer referencia y dejar definido conceptos básicos para entender el desarrollo conceptual de la investigación, se debe hacer mención a diversos autores sobre esta materia o corrientes de teorías existentes, y que como consecuencia finalmente puedan ayudar al análisis e interpretación de los resultados de la investigación.

¿Por qué unos países son ricos y otros son pobres? Los economistas se han hecho esta pregunta desde los tiempos de Adam Smith. Sin embargo, después de más de doscientos años, aún no se ha resuelto el misterio del crecimiento económico. Los niveles de vida varían enormemente de unos países a otros, al igual que las tasas a las que cambian. Algunos países se hacen más ricos rápidamente, otros lentamente. Y en algunos de los más pobres, el nivel de vida ha descendido durante largos periodos de tiempo. Los economistas utilizan la renta real per cápita para medir el bienestar de la población. Evidentemente, a la gente le preocupa la renta, pero también otras cuestiones como la libertad política, la educación, la salud, el medio ambiente y el grado de desigualdad de su sociedad. Por este motivo, un buen indicador del nivel de vida ha de tener en cuenta muchos factores, pero la mayoría de ellos son difíciles de medir. Y aún más difícil es saber qué peso se debe dar a cada uno. Esa es la razón por la que suele utilizarse la renta real per cápita como medida aproximada del nivel de vida de un país. (Helpman, 2007)

Según Helpman uno de los economistas que más se ha dedicado a la investigación y análisis del crecimiento económico, éste, se mide por medio de la tasa de variación de la renta real per cápita. Un país que tenga una tasa de crecimiento de un

1 por ciento al año duplica su nivel de vida cada setenta años, mientras que uno que tenga una tasa de crecimiento del 3 por ciento duplica su nivel de vida cada veintitrés años. Unas diferencias prolongadas entre las tasas de crecimiento producen, pues, espectaculares desviaciones de los niveles de vida.

La composición del crecimiento económico global ha sufrido un cambio dramático tras la crisis financiera debido al incremento del ahorro interno y la reducción de los déficits de cuenta corriente en América del Norte y Europa. Las economías emergentes ahora representan 75 por ciento del crecimiento de la demanda global, comparado con 50 por ciento en 2006.

Se prevé que ese cambio en la demanda pueda prevalecer por varios años, llevando a una mayor propensión al consumo de productos primarios.

Este cambio tiene profundas implicaciones macroeconómicas y comerciales para América Latina. Ha producido un aumento de los precios de las materias primas y de flujos financieros a la región. Los precios del petróleo, metales y alimentos son 23 por ciento, 8 por ciento y 35 por ciento más elevados, respectivamente, que los niveles prevalecientes en 2006. El costo del financiamiento para las economías emergentes es sustancialmente menor a los niveles previos a la crisis, dado que el exceso de ahorros, generado mayormente en Asia, no está siendo absorbido por los países industrializados. (BID, 2011)

En la página *web* del Banco Mundial se sostiene que el desarrollo económico local (DEL) proporciona al gobierno local, los sectores privados, los organismos no gubernamentales y las comunidades locales la oportunidad de trabajar mancomunadamente para mejorar la economía local. El DEL incide en el mejoramiento de la competitividad, aumenta el desarrollo sostenible y asegura la inclusividad del crecimiento por medio de un conjunto de disciplinas, incluidos el planeamiento físico, la economía y el marketing. Asimismo, incorpora numerosas funciones del gobierno local y del sector privado, tales como la planificación medioambiental, el desarrollo de empresas, la provisión de infraestructuras, el desarrollo inmobiliario y la financiación.

En varias contribuciones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), tales como Aghón, Albuquerque y Cortes (2001) y Finot (2001); y del

Banco Interamericano de Desarrollo (BID), como Albuquerque, Llorens y Del Castillo (2002) y Llisterri (2000), el Desarrollo Económico Local se define como el proceso estructural y de crecimiento que, mediante el máximo aprovechamiento de los recursos locales, permite que las personas que viven en un área local o una región de un país experimenten un incremento continuo de su bienestar. El proceso comprende tres dimensiones: la económica (que incluye los medios de producción por cuyo intermedio las empresas locales pueden usar eficazmente los recursos locales, generar economías de escala y acrecentar su productividad y competitividad en el mercado); la sociocultural (es decir, la red social y económica en que los valores y las instituciones apoyan el proceso de del), y la dimensión política y administrativa (que atañe a las iniciativas que crean un entorno local y comercial favorable al fomento del desarrollo económico local).

Como es sabido, la naturaleza territorial (o local) del desarrollo económico ha conocido durante mucho tiempo una situación de marginalidad teórica. Sin embargo, para algunos autores la crisis del modelo fordista de producción en serie ha facilitado el redescubrimiento teórico de las formas de producción flexible a nivel local, las cuales han estado –sin embargo– siempre presentes como formas de industrialización en la historia económica. No hay que identificar, pues, el desarrollo económico local como si se tratara de un modelo de industrialización posfordista contrapuesto al funcionamiento de la gran empresa.(Tello, 2010)

En realidad, el enfoque del desarrollo económico local viene a destacar fundamentalmente los valores territoriales, de identidad, diversidad y flexibilidad que han existido en el pasado en las formas de producción no basadas tan sólo en la gran industria, sino en las características generales y locales de un territorio determinado. (Francisco Albuquerque, 2004)

Cuando hablamos de descentralización entendemos este concepto como la transferencia del poder de toma de decisiones de las autoridades centrales a las autoridades locales, así como también los cambios acaecidos durante la década pasada en materia de finanzas públicas. El simple hecho de que tantos Estados en el mundo hayan elegido avanzar hacia la descentralización constituye de por sí un fenómeno muy

significativo, cuyo ímpetu debe conectarse con los factores estructurales subyacentes y presentes en el ámbito mundial. (Campbell, 2010)

*“Entendida como un proceso capaz de fomentar la participación en las decisiones, la creatividad social, la autonomía política, la justa distribución de la riqueza y la tolerancia frente a la diversidad de identidades, la autodependencia constituye un elemento decisivo en la articulación de los seres humanos con la naturaleza y la tecnología, de lo personal con lo social, de lo micro con lo macro, de la autonomía con la planificación y de la sociedad civil con el Estado.”* (Max-Neef, 2010).

Debido a que el Desarrollo a Escala Humana está principalmente comprometido con la actualización de las necesidades humanas, tanto de las generaciones presentes como futuras, fomenta un concepto de desarrollo eminentemente ecológico. Esto implica, por una parte, construir indicadores capaces de discriminar entre lo que es positivo y lo que es negativo y, por otra, diseñar y utilizar tecnologías que se ajusten a un proceso de desarrollo verdaderamente eco-humanista que pueda garantizar la sustentabilidad de los recursos naturales para el futuro.

## 2.10. Marco Empírico

Las instituciones públicas y privadas de Chile vinculadas al turismo han desarrollado iniciativas de promoción orientadas a la diversificación, expansión y consolidación de la oferta turística, potenciando entre otros, el llamado Turismo de Intereses Especiales (desde ahora en adelante, TIE). En este tipo de turismo, la motivación del viaje es buscar destinos distantes de los centros urbanos para realizar una actividad recreacional específica, generalmente en pleno contacto con la naturaleza. El turista de intereses especiales permanece mayor tiempo en los destinos, realiza un alto nivel de gasto en contratación de servicios locales y tiene disposición a pagar por conservar el patrimonio cultural y natural (Fundación Empresarial Comunidad Europea-Chile, EUROCHILE, 2005).

La pesca deportiva o recreativa es considerada una de las actividades de TIE más relevantes a nivel internacional. Los pescadores están dispuestos a viajar grandes distancias en busca de regiones con atributos excepcionales para practicar esta actividad. De acuerdo al Servicio Nacional de Pesca (SERNAPESCA, 2008), los principales destinos mundiales para practicar la pesca recreativa serían Estados Unidos, Canadá, Escocia, Noruega, Rusia, Nueva Zelanda y Argentina. En la última década se ha generado un interesante mercado para este tipo de turismo en Chile. Según la Dirección de Promoción de Exportaciones (ProChile, 2003), dada la estacionalidad inversa de las temporadas de pesca recreativa entre los dos hemisferios, pescadores procedentes de los Estados Unidos, Canadá y Europa visitan las regiones del extremo sur en la temporada estival. Antecedentes reportados por Fundación Chile (2001) indican que la participación de Chile en el mercado de la pesca recreativa mundial sería de un 7%, nivel bajo si se compara con la que tienen nuestros principales países competidores como Nueva Zelanda con una participación de 61% y Argentina, con un 32% de participación. Este resultado podría atribuirse a la mejor calidad de la experiencia de pesca ofrecida por esos países y de la gestión de sus recursos, a través de una institucionalidad especializada y eficiente que permite el adecuado desarrollo de la actividad en términos de sustentabilidad económica y ambiental.(Parrado, 2008)

Estimaciones de ProChile (2003) indican que el número de pescadores extranjeros que visita Chile fluctuaría entre 8 y 10 mil por año, con una estadía promedio de tres a cuatro días y un gasto promedio durante la estadía de USD 1.000. Además, de acuerdo a SERNAPESCA (2008), la industria de la pesca recreativa generaría divisas para Chile cercanas a los USD 20 millones anuales. Los turistas de larga distancia prefieren la pesca de especies de salmónidos y truchas en ríos y lagos de la Patagonia Chilena, principalmente desde la región de la Araucanía (38° S) hasta Tierra del Fuego (54° S).

La pesca recreativa ha tenido un fuerte desarrollo especialmente en la región de Aysén (44 ° a48° S), gracias a la existencia de seis grandes cuencas con numerosos ríos, lagos, fiordos, canales y bahías (Instituto Geográfico Militar de Chile, 2003), además de su gran diversidad de paisajes, incluyendo campos de hielo, montañas, glaciares y

bosques naturales. Su ubicación geográfica, distante de los principales centros poblados del país y difícil acceso por vía terrestre, han mantenido a esta región con pocos visitantes nacionales y baja presión sobre los recursos pesqueros recreativos. La expansión de las actividades de TIE (Turismos de Intereses Especiales) el mundo, la mayor estabilidad política e institucional del país, junto al mejoramiento de la infraestructura para el transporte aéreo y vial, ha presentado la oportunidad para que los inversionistas incrementen la oferta de servicios turísticos, con importantes inversiones en Lodge de pesca, orientados principalmente a turistas extranjeros.(Parrado, 2008)

La expansión del turismo de pesca recreativa involucra también importantes desafíos para el manejo de los recursos pesqueros recreativos. El pescador internacional o de larga distancia incurre en altos costos de viaje y estadía en busca de un producto turístico de muy alta calidad. Se ha encontrado que atributos como las capturas, las tallas y la presencia de otros pescadores están entre las variables que afectan las decisiones de visita de los pescadores (Hunt, 2005; Salzand Loomis, 2005; Shelby and Vaske, 2007).Bajo un régimen de acceso libre a los sitios pueden existir externalidades significativas entre los diferentes participantes que se reflejan en congestión y deterioro de la calidad de la pesca (Anderson, 1993)

A comienzos de este año El Servicio Nacional de Pesca estimó necesario recordar la presencia de la micro alga *Didymosphenia Geminata*, (Didymo) detectada el año pasado en algunos puntos de las regiones de Los Lagos y de Aysén, descubrimiento que desde entonces mantiene movilizado al Sernapesca para evitar su propagación.

Ha sido y continúa siendo fundamental la permanente adopción de medidas de limpieza y desinfección de objetos susceptibles de entrar en contacto directo con el Didymo, como botes, kayaks y otros implementos vinculados a la práctica de la pesca recreativa. La tasa de propagación actual, el rango de dispersión potencial y el impacto en los ecosistemas y sectores productivos en Chile son desconocidos e impredecibles a la fecha. Sin embargo, la experiencia internacional indica que el Didymo puede ser capaz de invadir una gran cantidad de ríos en períodos de tiempo relativamente cortos (en la isla sur de Nueva Zelanda en sólo tres años Didymo invadió un porcentaje importante de ríos lo que se ha traducido en pérdidas económicas de entre 57 a 300 millones de NZ dólares) (Centro de Investigación y Desarrollo, 2011)

### **3.- MATERIAL Y METODOLOGÍA DE ANÁLISIS**

#### 3.1.- Técnicas de Recolección de datos

La metodología está basada en información primaria y secundaria. La base primaria consta de una encuesta que se levantó a los servicios de la ciudad para su análisis respectivo. La metodología de información secundaria, principalmente obtenida desde la municipalidad de Alto Palena, consta de dos archivos, los cuales hablan de la demanda de turistas en la zona y su caracterización socio – económica. Igualmente se estableció el análisis de datos económicos como desempleo en la página Web [www.bcentral.cl](http://www.bcentral.cl).

La otra fuente de información secundaria es el Instituto Nacional de Estadísticas, quién mantiene sus bases de datos para el público a través de su Página Web: [www.ine.cl](http://www.ine.cl)

Además se ha recolectado información bibliográfica y estudios para el desarrollo del marco teórico y la metodología en la Biblioteca de la Universidad Austral de Chile.

Cabe destacar que la encuesta fue particularmente enfocada a los rubros de pernoctación, restaurantes y transporte. Con preguntas cerradas que entreguen información sobre la demanda y el impacto económico que tiene la pesca deportiva como eje central de turismo.

#### 3.2.- Diseño Muestral

##### *3.2.1.- Determinación de la Población*

De acuerdo al objetivo planteado, el cual apunta a diagnosticar y evaluar las medidas que potencien la pesca deportiva, como eje central generadora de ingresos. Nuestro enfoque está dirigido a todos aquellos servicios que se relacionen directamente

con el turismo, y este es en gran medida en la ciudad de Palena realizado por la pesca deportiva, por ende nuestro nicho radica en Restaurantes, *Lodge* de pesca, Cabañas, Hostales, Transporte, Excursiones de pesca. En este contexto nuestra investigación, se obtuvo de la guía turística “aventura del deporte” la cual describe la gran mayoría de los servicios turísticos de la comuna y es editado por el Departamento de Turismo de la I. Municipalidad de Palena.

En consecuencia, el universo total para nuestra investigación corresponde a 49 servicios turísticos repartidos en las secciones de pernoctación, restaurantes, y transporte pertenecientes a la Comuna de Alto Palena y Puerto Ramírez.

### 3.2.2.- Definición de la diseño muestra

La población total (N), que corresponde a la suma total de todos los servicios pertenecientes a la Comuna de Alto Palena sumado a Puerto Ramírez, que es una localidad paralela, asciende a 49. Por tanto esta será nuestro universo muestral.

Utilizando la siguiente fórmula para determinar la muestra (n), se obtuvieron los siguientes resultados para distintos porcentajes de error esperados.

$$\frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N \cdot e^2) + (Z^2 \cdot p \cdot q)} = n$$

Luego se adoptaron como criterios para determinar la muestra una confianza de 95% y un error de 5%, con una probabilidad de éxito y fracaso de 50%, ya que esto arroja una muestra (n) que se ciñe a las restricciones de recursos y tiempo contemplados para el desarrollo del estudio. Cabe destacar que estos factores del 50% de éxito y fracaso, se escogieron arbitrariamente, ya representan una medida de menor importancia, para la muestra. La ecuación bajo estos criterios se plantea como sigue:

$$\frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 49}{(49 \cdot 0,05^2) + (1,96 \cdot 0,5 \cdot 0,5)} \approx 43$$

La aplicación de la fórmula exige una muestra de 43 servicios.

### ***3.2.3.- Criterios para la selección de la Población Muestral***

La muestra se calculó en 43 servicios. En consecuencia se verá quienes deben ser encuestados y evitar sesgos, también se extrajo la información de una fuente secundaria, representativa del turismo. En base a ella se calculó un porcentaje de confianza el cual es de 95%, este genera un Z de 1,96. Cabe destacar que nuestro error muestral es relativamente pequeño ya que nuestra (n) es bajo, por lo cual se quiso aumentar el número de encuestas a aplicar.

Esta situación relaciona el tamaño muestral con las preguntas de investigación, que buscan responder a las inquietudes y observaciones planteadas anteriormente.

### ***3.2.4.- Estandarización de los datos***

Para un tratamiento de las cifras que se procedió a analizar se requiere trabajar sobre un periodo anual, esto debido a la dificultad y la nula información que se posee sobre datos de crecimiento semestral o trimestral a nivel regional.

### ***3.2.5.- Estandarización del PIB***

Para esta variable de estudio es necesario analizar los datos de manera anual ya que no se encuentran datos trimestrales a nivel regional como ya se mencionó en el anunciado anterior. Si bien se cuentan con datos de INE respecto a INACER del trimestre enero – marzo estos datos no representan en su totalidad aspectos como consumo e inversión, no obstante también pueden ser utilizados a manera de análisis y crecimiento de la Actividad Económica Regional.

### ***3.2.6.- Estandarización de la Demanda de la Pesca recreativa***

En este caso para determinar la demanda e impacto económico de la pesca recreativa en la ciudad de Palena se procedió a realizar una encuesta con el fin de poder medir cuantitativamente el efecto económico de la pesca en la Región. Cabe señalar la importancia de esta investigación ya que no se posee dato alguno respecto a números que indiquen de alguna u otra forma relación con la Pesca deportiva, por lo tanto se determino y se continuó el análisis respectivo.

## 4.- PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

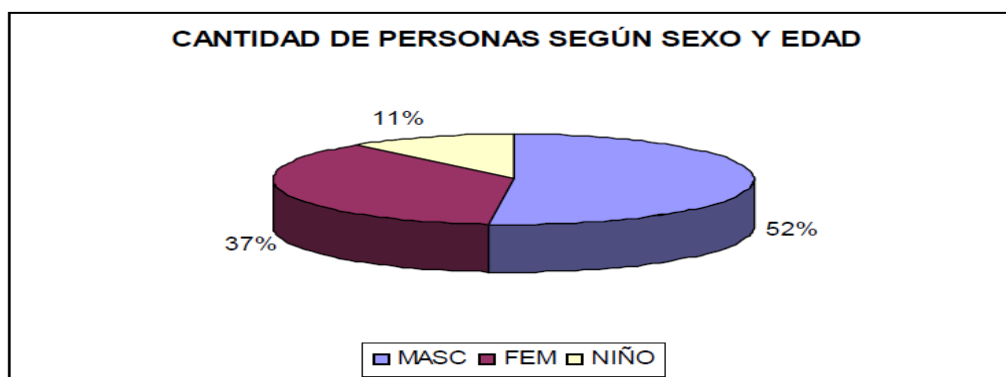
### 4.1.- Análisis del ítem información Secundaria

#### 4.1.1.- Registro de turistas temporada 2011-2012. Ciudad de Alto Palena.

Según el informe de Registro de turistas temporada 2011-2012 y cuyos datos fueron tomados en la oficina de información turística entre los días 24 de octubre de 2011 y 22 de marzo de 2012. El registro se aplicó al 100% de las personas atendidas en la oficina. La planilla de registro incluyó datos de puntos de acceso, cantidad de personas, medio de información utilizado, origen y destino así como también el registro de pernотaciones y los medios de información utilizados.

Se registraron un total de 909 personas, éstas ingresaron en 278 grupos, de los cuales 54 viajaban con niños. Esto representa un 20% de los grupos que fueron registrados, manteniéndose el porcentaje respecto del año pasado.

#### Ilustración N° 1:



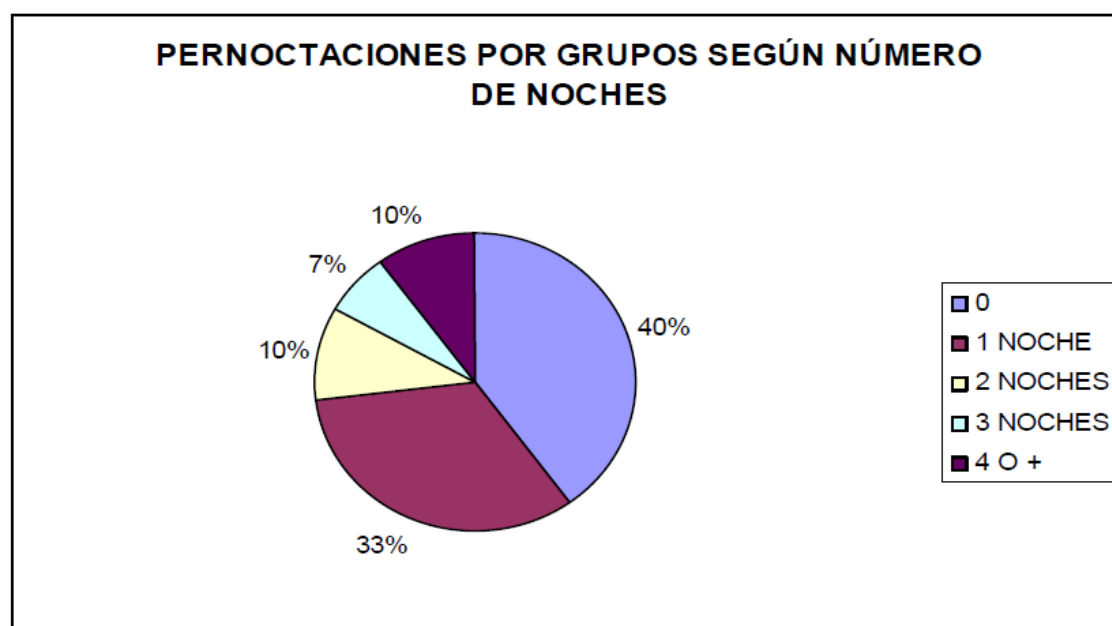
Fuente: Informe de turistas temporada 2011- 2012. Oficina de turismo, Ilustre Municipalidad de Palena. Región de los lagos

Los porcentajes de valor cantidad de personas según sexo y edad se mantienen estables en relación a los datos de la temporada pasada.

- Pernoctaciones

Entre los años 2011 y 2012 el porcentaje de turistas que no alojaron fue de 40%. El porcentaje de pernoctación que más variación positiva tuvo fue el alojamiento por una noche, que pasó del 22% al 33%.

**Ilustración N° 2:**

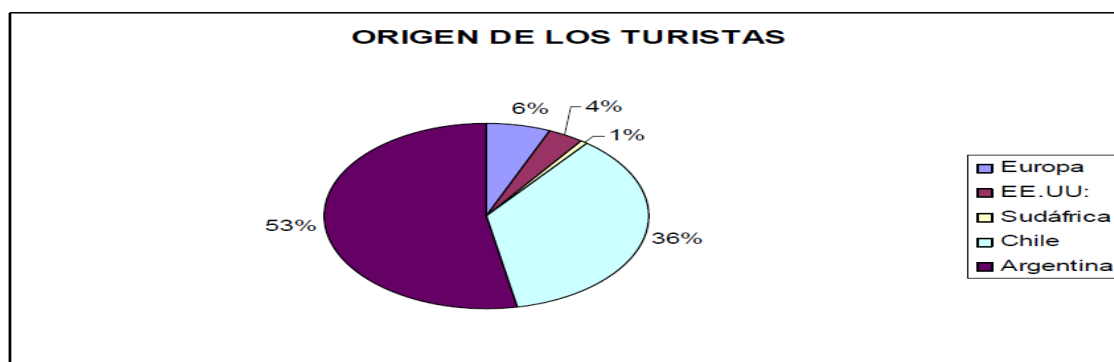


Fuente: Informe de turistas temporada 2011- 2012. Oficina de turismo, Ilustre Municipalidad de Palena. Región de los lagos

- Origen de las personas atendidas

El grupo predominante que llegó a la comuna es de Argentina, representando un 53% un número significativamente inferior en comparación con las personas que llegaron el año pasado. Por el contrario aumentó la cantidad de turistas chilenos que llegaron a la comuna, representando el 36%. Este año también se vio un aumento de turistas de Estados Unidos y Europa, que el año pasado casi no registraron visitas.

### Ilustración N° 3:

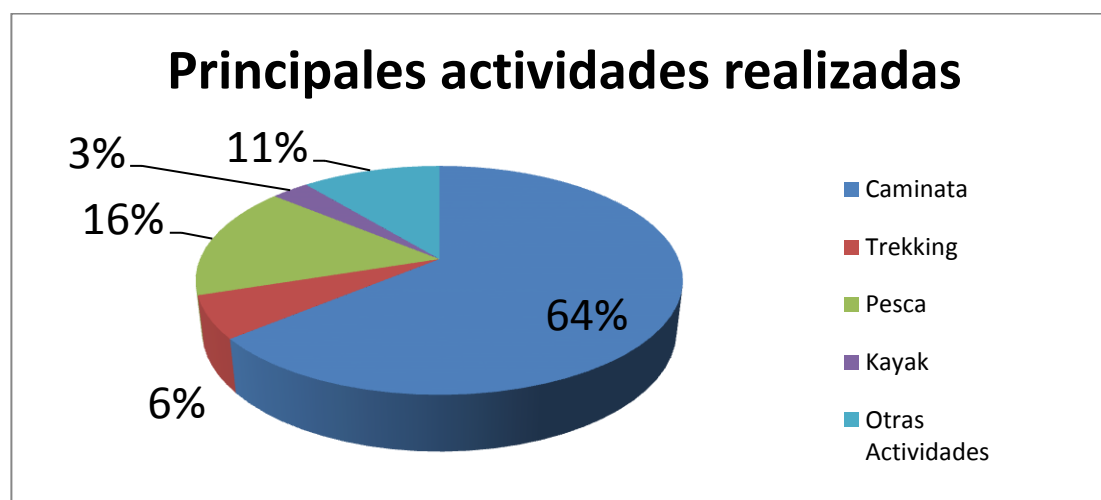


Fuente: Informe de turistas temporada 2011- 2012. Oficina de turismo, Ilustre Municipalidad de Palena. Región de los lagos

- Actividad realizada

La principal actividad realizada por los turistas es la caminata, expresada muchas veces como “paseo” Se caracterizan por ser cortas (entre 30 minutos y una hora) por lugares públicos, costa de río etc. Generalmente en espacios abiertos, no se utilizan senderos establecidos. Entre las otras actividades realizadas destacan el ciclismo, ciclo turismo (viajes en grupos organizados que recorren la Patagonia con un vehículo de apoyo) y la fotografía, kayak, floating, cabalgatas.

### Ilustración N° 4:



Fuente: Informe de turistas temporada 2011- 2012. Oficina de turismo, Ilustre Municipalidad de Palena. Región de los lagos

#### 4.1.2.- Análisis comparativo de la información

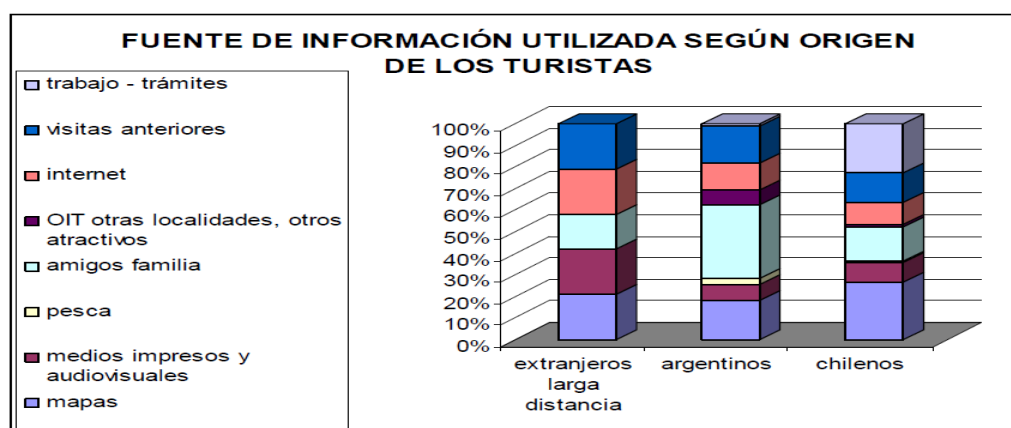
De acuerdo al análisis de la temporada se registró un importante incremento en la cantidad de grupos registrados, creciendo 54% en relación a igual período de la temporada pasada.

En comparación con datos de temporadas anteriores la fuente de información “mapas” disminuyó y aumentó la fuente de información “amigos y familiares”.

Otro cambio importante fue la fuente “Internet” que también aumentó al doble del uso. Este año aparece la respuesta “visitas anteriores” lo que permite inferir que la comuna está haciendo un buen trabajo en la tarea de fidelización del cliente.

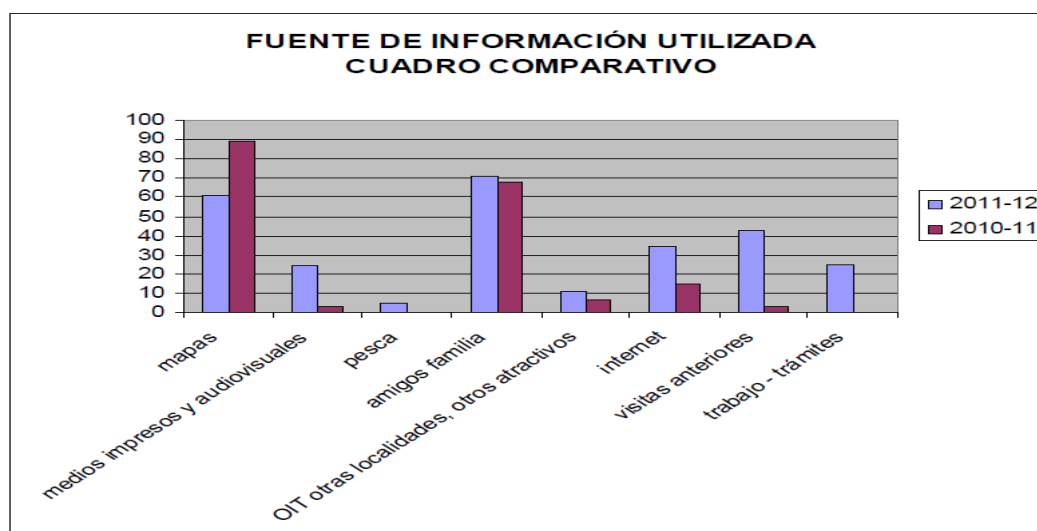
Analizando el cruce de información entre el origen de los turistas y los medios de información utilizados obtenemos el siguiente cuadro, en el cual destaca que los argentinos se informan principalmente a través de amigos y familiares y los chilenos se informan a través de mapas y por trabajo, es decir, que han estado trabajando en la zona y luego regresan con su familia en las vacaciones.

#### Ilustración N° 5:



Fuente: Informe de turistas temporada 2011- 2012. Oficina de turismo, Ilustre Municipalidad de Palena. Región de los lagos

### Ilustración N° 6:



Fuente: Informe de turistas temporada 2011- 2012. Oficina de turismo, Ilustre Municipalidad de Palena. Región de los lagos

En un cuadro comparativo de este dato entre la temporada pasada y la presente, se observa que esta temporada aumentó significativamente el porcentaje de personas que se informaron a través de medios impresos y audiovisuales sobre la comuna, así como también el uso de Internet.

El año pasado, del total de grupos registrados en la oficina de información turística, el 53% estaba de paso y no pernoctaba en la Comuna de Palena. Este año hubo una variación positiva, aunque todavía muy por debajo del dato que quisiéramos para la comuna. Se puede asociar a este punto varios factores como posibles causantes:

- baja profesionalización del sector
- mala relación precio – calidad
- poca oferta de actividades que actúen de “gancho” para aumentar la estadía de los turistas.

#### 4.1.3.- Caracterización de la pesca recreativa en la Patagonia Chilena

##### Pesca Deportiva en el Mundo

- Los principales destinos para practicar la pesca deportiva son: USA, Canadá, Escocia, Noruega, Argentina entre otros.
- Dentro de los Países que más dinero generan por esta actividad económica, encontramos a Argentina con US \$ 100 millones aprox. Nueva Zelanda US \$ 200, y el estado de Montana USA unos US \$ 1.000 millones anuales.
- A los pescadores extranjeros, principalmente les interesa pescar truchas arcoíris con un 61,6%(estudio realizado en la Uach). Y trucha café.
- La participación en pesca deportiva a nivel mundial de Chile fluctúa entre 7% y 10% según cifras de Fundación Chile.

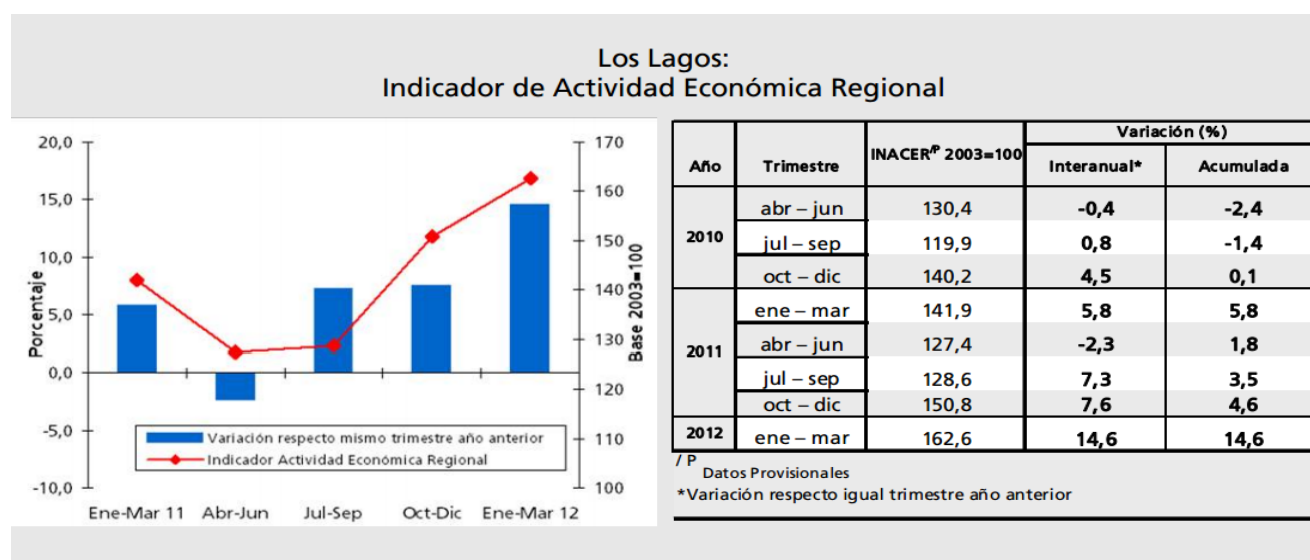
##### Pesca Deportiva en Chile

- Actualmente la pesca deportiva genera en Chile unos US \$ 20 millones de dólares anuales.
- Esa cifra se produce principalmente en las Regiones de Los Ríos, Los Lagos, Aysén y Magallanes.
- Dada la estacionalidad inversa de las temporadas, entre los dos hemisferios, permite que a Chile vengan pescadores principalmente de USA, Canadá y Europa.
- Según estimaciones ProChile (2003) indican que el número de pescadores extranjeros que visita Chile fluctuaría entre 8 y 10 mil por año, con una estadía promedio de tres a cuatro días y un gasto promedio durante la estadía de US \$ 1.000 dólares.
- La región de Aysén es la más importante, ya que se estima que la gran mayoría

#### 4.1.4.- Índice Actividad Económica Regional

El Indicador de Actividad Económica Regional (INACER) de Los Lagos en el trimestre enero-marzo 2012 presentó un fuerte crecimiento de 14,6% en doce meses, alcanzando el índice, en cifras preliminares, un valor de 162,6. En ese entonces el sector Pesca registró nuevamente una expansión en su producción a raíz de la variación positiva de los centros de cultivo, esto con un gran impacto en el sector y en el resultado del indicador regional, además de pesca artesanal pero en menor medida. Por el contrario, al gas y pesca industrial presentaron contracción.

#### Ilustración N° 7: Actividad económica regional trimestre enero – marzo 2012

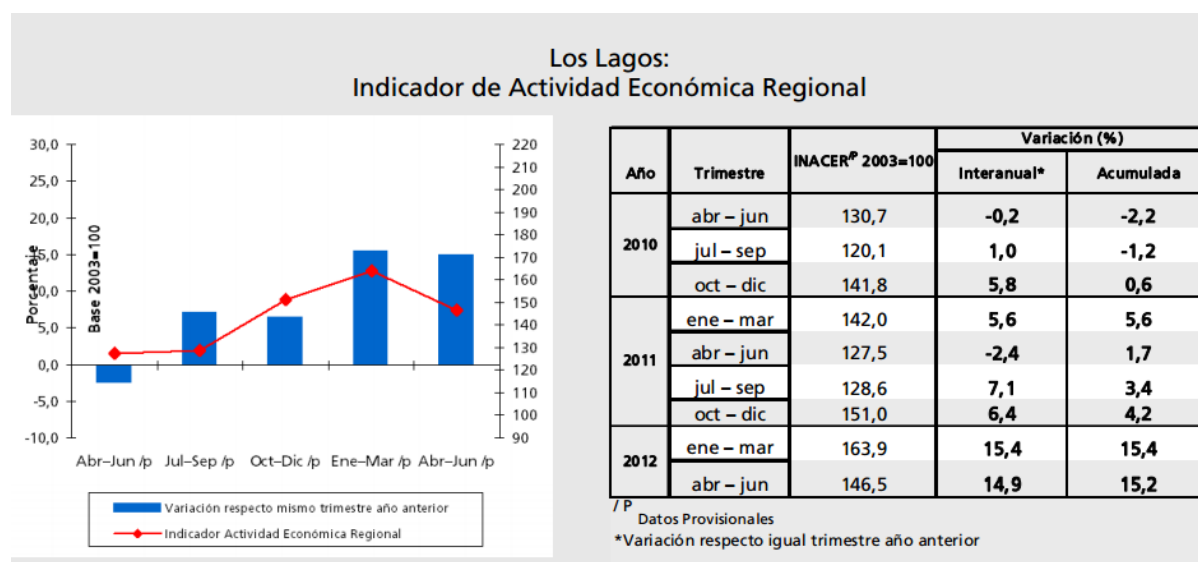


Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas.

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y su boletín informativo acerca de la actividad económica abril-junio 2012 el Indicador de Actividad Económica Regional (INACER) de Los Lagos alcanzó en cifras preliminares un valor de 146,5 anotando de esta manera para el trimestre abril-junio 2012 un crecimiento de 14,9% en doce meses, siendo esta, su cuarta variación positiva consecutiva de la Región, acumulando en el primer semestre de 2012 una variación de 15,2%. Entre los sectores que incidieron en el resultado se destaca el sector de pesca.

Pesca registró nuevamente una expansión en su producción a raíz de la variación positiva de Centros de Cultivo, actividad de gran relevancia tanto en el sector como en el indicador regional. Por el contrario, Algas, Pesca Artesanal y Pesca Industrial presentaron disminuciones en sus actividades, las que no alcanzaron a revertir el resultado positivo del sector.

### Ilustración N° 8: Actividad económica regional trimestre abril – junio 2012



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas.

El crecimiento regional del trimestre abril-junio fue de un 14,9% representa la cuarta variación positiva de la región, acumulando en el primer semestre de 2012 una variación de 15,2%.

#### 4.2.- Análisis de Encuestas

La estructura que a continuación se presenta, se desglosa en 4 secciones, ello, a efectos de explicar y dar una mayor claridad a sus contenidos. Cada sección se estructuró en base a la selección de un set de preguntas realizadas en el cuestionario y que responden a una determinada dimensión de análisis. Se acompaña con la exposición

de sus correspondientes tablas de resumen, representación gráfica y su comentario. Las secciones a detallar son las siguientes:

- Sección 1 : Información General
- Sección 2 : Capacidad Hotelera
- Sección 3 : Servicios Gastronómicos
- Sección 4 : Otros Servicios Relacionados

#### 4.2.1 Información General

**Tabla N° 1: Universo Total**

<b>Universo Total</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
E. aplicadas en terreno	4	9,3%
E. aplicadas vía teléfono	36	83,7%
E. no respondidas	3	7%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>

Fuente: Con base en datos de la encuesta

**Tabla N° 2: Actividad o servicios participantes de la muestra**

<b>Actividad</b>	<b>N</b>	<b>Porcentaje</b>
Hotel	0	0,0%
Cabaña	10	25%
Hostal	8	20%
Lodge	1	2,5%
Restaurante	6	15%
Supermercado	0	0,0%
Transporte	8	20%
Camping	3	7,5%
Excursión de pesca	2	5%
Artesanías	2	5%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Con base en datos de la encuesta

La mayor participación en los servicios turísticos está asociada al rubro de la pernoctación, en consecuencia se puede manifestar una clara tendencia hacia el turismo ya que se busca que la cantidad de camas disponibles en la ciudad no sea sobrepasada por la demanda. Ahora bien en cuanto a las cifras las cabañas son las que adquieren mayor representatividad con un 25% seguido de los hostales con un 20%, les siguen los servicios de transporte y gastronómicos con un 20,0% y 8,6% respectivamente. (Ver Gráfico N° 1, hoja de anexos.)

**Tabla N° 3: ¿Cuál cree usted que es el motivo principal por el cual visitan Palena, los turistas? Indique en orden de preferencia de (1-6)**

<b>Categorías</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>Total</b>
Naturaleza y entorno	45,5%	45,5%	9,1%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Pesca recreativa	31,8%	36,4%	9,1%	13,6%	4,5%	4,5%	100,0%
Vacaciones	18,2%	18,2%	31,8%	22,7%	4,5%	4,5%	100,0%
Atractivos turísticos	4,5%	0,0%	27,3%	40,9%	27,3%	0,0%	100,0%
Zonas de camping	0,0%	0,0%	22,7%	13,6%	59,1%	4,5%	100,0%
Otra especifique	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%	6,3%	81,3%	100,0%

Fuente: Con base en datos de la encuesta

De acuerdo a lo expuesto en este gráfico, podemos señalar que referente a los datos, en primera opción o lugar jerárquico el 45,5% de los encuestados señaló que naturaleza y entorno era la principal razón de su visita, seguido de pesca recreativa con un 31,8% por último está la opción de vacaciones. En segundo lugar pesca recreativa. En tercer lugar de preferencia encontramos a atractivos turísticos. Se destaca que en los primeros tres lugares de preferencias corresponden a naturaleza y entorno, pesca recreativa y atractivos turísticos. (Ver Gráfico N° 3, Hoja de Anexos.)

**Tabla N° 4: ¿Según su experiencia, que habría que cambiar o mejorar para que aumente el número de turistas en la temporada de pesca? Indique en orden de importancia (1-8)**

<b>Categorías</b>	<b>Primero</b>	<b>Segundo</b>	<b>Tercero</b>	<b>Cuarto</b>	<b>Quinto</b>	<b>Sexto</b>	<b>Séptimo</b>	<b>Octavo</b>	<b>total</b>
<b>Capacidad hotelera</b>	0,0%	43,5%	8,7%	26,1%	21,7%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
<b>Mayor accesibilidad</b>	0,0%	4,5%	22,7%	31,8%	22,7%	13,6%	4,5%	0,0%	100,0%
<b>Mayor marketing</b>	13,0%	17,4%	21,7%	21,7%	21,7%	4,3%	0,0%	0,0%	100,0%
<b>Mayor promoción</b>	26,1%	26,1%	21,7%	8,7%	8,7%	8,7%	0,0%	0,0%	100,0%
<b>Más recursos del Estado</b>	28,6%	4,8%	9,5%	0,0%	23,8%	23,8%	9,5%	0,0%	100,0%
<b>Más infraestructura</b>	20,0%	5,0%	10,0%	0,0%	0,0%	50,0%	15,0%	0,0%	100,0%
<b>Cultura de la ciudadanía</b>	21,1%	0,0%	0,0%	5,3%	5,3%	0,0%	68,4%	0,0%	100,0%
<b>Otra especifique</b>	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Con base en datos de la encuesta

En virtud de lo planteado anteriormente podemos concluir que la presente tabla demuestra que la tendencia clara para esta pregunta, contemplada dentro de las primeras opciones. Son la promoción de la ciudad, como eje central de turismo, más recursos del estado y por tanto se expresa de manera fehaciente la mejora del acceso.

**Tabla N° 5: ¿Qué renovarías o cambiarías del Rio Palena, para que se potencie el turismo? Especifique.**

<b>Mayores opiniones frente a la pregunta</b>
<b>1</b> acceso a la ciudad y al lugar de pesca
<b>2</b> Mayor integración entre los servicios turísticos
<b>3</b> Que exista un programa de capacitación turística
<b>4</b> Cuidado medio ambiente
<b>5</b> Más cultura de la ciudadanía
<b>6</b> Más promoción de la ciudad
<b>7</b> Políticas de estado eficiente en la zona

Fuente: Con base en datos de la encuesta

**Tabla N° 6: Según su experiencia ¿Cuáles son los potenciales que ofrece el Rio Palena para el turismo? Indique en orden jerárquico (1-6)**

<b>Categorías</b>	<b>Primero</b>	<b>Segundo</b>	<b>Tercero</b>	<b>Cuarto</b>	<b>Quinto</b>	<b>Sexto</b>	<b>Total</b>
<b>Calidad del río</b>	45,0%	35,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
<b>Entorno geográfico</b>	33,3%	33,3%	14,3%	14,3%	4,8%	0,0%	100,0%
<b>Abundancia de peces</b>	14,3%	14,3%	28,6%	23,8%	19,0%	0,0%	100,0%
<b>Seguridad</b>	4,5%	13,6%	13,6%	50,0%	18,2%	0,0%	100,0%
<b>Accesibilidad</b>	9,1%	0,0%	22,7%	9,1%	54,5%	4,5%	100,0%
<b>Otra especifique</b>	0,0%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%	88,9%	100,0%

Fuente: Con base en datos de la encuesta

Las primeras opciones incluyen: la calidad del río, entorno geográfico y la abundancia de peces. (Ver Gráfico N° 5, hoja de anexos.)

**Tabla N° 7: ¿Pertenece usted a alguna de las siguientes instituciones?**

<b>Categoría</b>	<b>N</b>	<b>Porcentaje</b>
Cámara de Comercio	15	37,5%
Cámara de Turismo	7	17,5%
Otra organización Gremial	0	0,0%
Ninguna	18	45%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

Fuente: Con base en datos de la encuesta

Vemos que los dueños de los servicios encuestados principalmente están vinculados a la Cámara de comercio, con un 37,5%. Lo cual demuestra una capacidad moderada de asociación de los empresarios. Pero todavía queda una gran mayoría que no pertenece a ninguna institución, esto representa un 45% del total de encuestados. (Ver Gráfico N° 6, hoja de anexos.)

**Tabla N°8: Indique en orden jerárquico de (1-7) el tipo de valor agregado que entrega en su servicio**

<b>Otros Servicios</b>	<b>N</b>	<b>n (base datos)</b>
Excursiones	7	
Cabalgatas	5	
Guía de pesca	5	
Arriendo de botes	3	26
Arriendo de trajes de agua	0	
Transporte a zona de pesca	12	
Otra especifique	8	
En blanco		14
<b>Total</b>		<b>40</b>

Fuente: Con base en datos de la encuesta

Acá podemos apreciar que en base a los servicios agregados, el de transporte a la zona de pesca es el más usado, seguido de las guías de pesca ya que al ser un sector turístico esta herramienta forma parte esencial del desarrollo local. Las excursiones también están dentro de las más importantes. (Ver Gráfico N° 8, hoja de anexos.)

**Tabla N° 9: ¿Durante qué meses sus ventas se ven incrementadas, en relación a la temporada de pesca?**

<b>Meses</b>	<b>Fluctuación</b>	<b>%</b>
Enero	9	18,4%
Febrero	11	22,4%
Marzo	8	16,3%
Abril	2	4,1%
Mayo	0	0,0%
Junio	0	0,0%
Julio	0	0,0%
Agosto	0	0,0%
Septiembre	1	2,0%
Octubre	5	10,2%
Noviembre	6	12,2%
Diciembre	7	14,3%
<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Con base en datos de la encuesta

Esta pregunta es muy importante porque gráfica claramente la tendencia en relación a los meses en que los turistas visitan la zona y por ende existe un mayor auge económico, cabe destacar que la tendencia positiva está en las estaciones del año con el clima más templado, por ello se entiende el verano y la primavera. La tendencia negativa de este período comprende los meses de mayo hasta agosto, básicamente comprendido por el invierno en donde las lluvias juegan un factor en contra del turismo local. (Ver Gráfico N° 9, hoja de anexos.)

**Tabla N° 10: ¿Evalué de 1 a 10 la importancia que tiene cada factor para que los turistas visiten la comuna de Palena?**

	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto	Quinto	Sexto	Séptimo	Octavo	Noveno	Décimo	Décimo primero
<b>Naturaleza y su entorno</b>	24,0%	0,0%	12,0%	8,0%	16,0%	0,0%	0,0%	24,0%	0,0%	8,0%	16,0%
<b>Aguas limpias</b>	12,0%	12,0%	8,0%	12,0%	4,0%	8,0%	4,0%	4,0%	4,0%	12,0%	4,0%
<b>Rendimiento de pesca</b>	4,0%	16,0%	8,0%	8,0%	4,0%	8,0%	0,0%	0,0%	12,0%	12,0%	12,0%
<b>Cercanía con el lugar de origen</b>	0,0%	8,0%	8,0%	4,0%	20,0%	8,0%	12,0%	8,0%	12,0%	4,0%	8,0%
<b>Comodidades</b>	4,0%	0,0%	16,0%	16,0%	12,0%	12,0%	8,0%	0,0%	8,0%	8,0%	8,0%
<b>Transporte</b>	0,0%	4,0%	4,0%	8,0%	16,0%	16,0%	24,0%	16,0%	24,0%	0,0%	4,0%
<b>Comunicaciones,</b>	8,0%	4,0%	16,0%	4,0%	16,0%	12,0%	4,0%	0,0%	4,0%	12,0%	0,0%
<b>Tranquilidad para pescar</b>	0,0%	8,0%	12,0%	20,0%	4,0%	16,0%	20,0%	0,0%	16,0%	4,0%	12,0%
<b>Costo</b>	4,0%	0,0%	0,0%	12,0%	4,0%	12,0%	8,0%	12,0%	4,0%	16,0%	12,0%
<b>Tamaño de los peces capturados</b>	44,0%	36,0%	16,0%	4,0%	4,0%	8,0%	8,0%	32,0%	12,0%	24,0%	24,0%
<b>Seguridad</b>	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%	0,0%	0,0%	12,0%	4,0%	4,0%	0,0%	0,0%

Fuente: Con base en datos de la encuesta

Como análisis podemos destacar que dentro de las tres primeras opciones de preferencia los encuestados han expresado que el tamaño de los peces capturados es el mejor evaluado seguido de la naturaleza, entorno y tranquilidad para pescar, En la tercera preferencia jerárquica, esto cambia ya que la más importante para los encuestados, son las comodidades y servicios como hostel, comida, entre otros. Esta opción representa el 18,2% después le siguen el ítem de naturaleza, entorno y tamaño de peces capturados, con un 13,6%.

Se puede concluir que dentro de las opciones que eligió la gente encontramos “Naturaleza y entorno, tamaño de peces capturados y tranquilidad para pescar”. Estas percepciones son vitales para la toma de decisiones.

#### 4.2.2.- Sección Capacidad Hotelera

**Tabla N° 11: Rubro pernociación: Universo total**

<b>Rubro</b>	<b>N</b>	<b>Porcentaje</b>
Hostal	8	38,10%
Cabaña	10	47,6%
Camping	3	14,30%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Con base en datos de la encuesta

**Tabla N° 12: ¿Por qué cree usted que los pescadores deportivos prefieren su hotel u hospedaje? Ordene jerárquicamente (1-6)**

<b>Categorías</b>	<b>Primero</b>	<b>Segundo</b>	<b>Tercero</b>	<b>Cuarto</b>	<b>Quinto</b>	<b>Sexto</b>	<b>Total</b>
<b>Localización</b>	46,2%	15,4%	38,5%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
<b>Infraestructura</b>	0,0%	61,5%	15,4%	23,1%	0,0%	0,0%	100,0%
<b>Servicio</b>	38,5%	7,7%	30,8%	15,4%	7,7%	0,0%	100,0%
<b>Accesibilidad</b>	7,7%	7,7%	7,7%	30,8%	38,5%	7,7%	100,0%
<b>Tecnología</b>	0,0%	7,7%	7,7%	30,8%	53,8%	0,0%	100,0%
<b>Otra especifique</b>	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	80,0%	100,0%

Fuente: Con base en datos de la encuesta

Esta tabla muestra particularmente los gustos de los pescadores deportivos en los servicios de pernociación, por ende ellos prefieren en primer lugar la localización de los

servicios con un 46,2% en segundo lugar con 38,5% el servicio como patrón de consumo fundamental para efectuar una excelente atención a los turistas.

**Tabla N° 13: ¿Cuál es el N° de camas o sitios de camping con los que cuenta?**

Servicio	n	N° de camas o Sitios de Camping	Promedio	Max	Min
Hostal	8	71	11,8	26	7
Cabaña	10	53	8,8	15	4
Camping	3	25	12,5	10	15
<b>Total General</b>	<b>21</b>	<b>155</b>			

Fuente: Con base en datos de la encuesta

Se tiene que la mayor presencia de camas la tienen los hostales con 71 camas disponibles, en segundo lugar están las cabañas y lo siguen los sitios de camping.

**Tabla N° 14: ¿Usted encuentra que su capacidad de camas, o sitios en su camping es sobrepasada por la demanda?**

Capacidad camas	n	%
Si	3	14,29%
No	17	80,95%
A veces	1	4,76%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Con base en datos de la encuesta

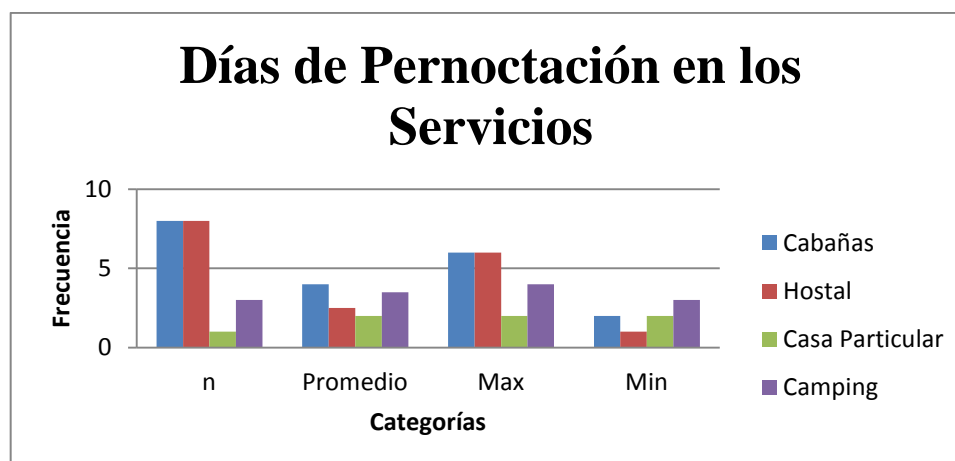
Cabe destacar Palena es una ciudad pequeña y que actualmente la gente va de paso ya que principalmente van a visitar Chaitén. En vista de esta situación los servicios de pernoctación nunca tienen una demanda en la cual se sientan sobrepasadas. Esto se ve reflejado en el cuadro ya que el 80,95% de los servicios de pernoctación no encuentra que su capacidad de camas se vea sobrepasada. Por otra parte solo con el 14,29% del total se siente vulnerado y corresponde particularmente a los *lodge* de pesca, lugares que están destinados exclusivamente a los pescadores extranjeros y nacionales de otras regiones que vienen a la zona por su atractivo turístico.

**Tabla N° 15: Cuál es el rango de precio por día, de su hospedaje**

Hospedaje	n	Promedio	Max	Min
Cabañas	10	29.375	40.000	25.000
Hostal	8	17.600	40.000	12.000
Camping	3	9.500	10.000	9.000

Fuente: Elaboración propia

Los precios de este Rubro fluctúan básicamente entre los \$ 25.000 y los \$ 40.000 siendo uno de los valores más altos ello conformado por el servicio de cabañas. Los hostales son más baratos para los clientes siendo su precio promedio \$17.600

**Ilustración N° 9:**

Fuente: Elaboración propia

En relación al gráfico podemos afirmar que en promedio los días de pernoctación en estos servicios va desde los 2 los 4 días teniendo una máxima de 6 días, este promedio esta dentro de lo normal que se da en Chile y en la región según cifras del SERNATUR. Se puede establecer que las cabañas y los hostales son los servicios de mayor importancia dentro de la pernoctación ya que tienen los mayores porcentajes de días.

## 4.2.3.- Sección Gastronómica

**Tabla N° 16: Rubro restaurante**

Nombres Servicio	Frecuencia	Porcentaje
Fontinalis Lodge	1	16,6%
R. Horzas	1	16,6%
R. Café al paso	1	16,6%
R. Altas Cumbres	1	16,6%
Restaurante	1	16,6%
R. el huaso	1	16,6%
Total General	6	100%

Fuente: Elaboración propia

**Tabla N° 17: ¿Cuáles son los productos más demandados por los pescadores deportivos en su restaurante?**

<b>Categorías</b>	<b>primero</b>	<b>segundo</b>	<b>tercero</b>	<b>Cuarto</b>	<b>Quinto</b>	<b>Sexto</b>	<b>séptimo</b>
<b>Platos tradicionales</b>	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
<b>Derivados del mar</b>	0%	67%	0%	0%	0%	33%	0%
<b>Platos vegetarianos</b>	0%	33%	0%	0%	0%	67%	0%
<b>Pastas</b>	25%	0%	33%	33%	0%	0%	0%
<b>Carnes</b>	75%	0%	33%	0%	0%	0%	0%
<b>Pescados</b>	0%	0%	33%	67%	0%	0%	0%
<b>Otra especifique</b>	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
<b>total</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia

Los platos con mayor demanda son las carnes y los derivados de las pastas.

**Tabla N° 18: ¿Considera usted que el consumo de los pescadores en su restaurante es?**

<b>Categoría</b>	<b>N</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy alto	0	0,00%
Alto	1	16,66%
Regular	2	33,33%
Bajo	2	33,33%
Muy bajo	1	16,66%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta podemos concluir que el consumo de los pescadores en los restaurantes generalmente es regular, por tanto existe una alta probabilidad de que si se incrementa el número de turistas en la zona, así este consumo mejorara.

**Tabla N° 19: ¿Cuál es el consumo promedio diario de una persona en su restaurante?**

<b>Pregunta 16 valores en \$</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
6000	1	20,00%
8000	2	40,00%
9000	0	0,00%
20000	1	20,00%
10.000 a		
12.000	1	20,00%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia

El gasto promedio fluctúa entre los \$ 2.000 y los \$ 12.000 pesos lo que es un rango menor, por ello se entiende el descontento de los dueños de restaurantes con este sector, se cree que mejorando el servicio, también se aumentará el consumo de los turistas.

## 4.2.4.- Sección Otros Servicios Relacionados

**Tabla N° 20: Rubro transporte**

<b>Rubro transporte y otros servicios</b>	<b>N</b>	<b>Porcentaje</b>
Transporte	8	66,6%
Excursión de pesca	2	16,6%
Artesanías	2	16,6%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla N° 21: ¿Cuál es su rango promedio de precios, según estos servicios de transporte o excursiones, para los pescadores deportivos?**

<b>Categoría</b>	<b>Precio</b>					
<b>Cabalgata</b>	6000 (hora)	5000 (hora)	70.000	20.000	15.000	
<b>Transporte en auto</b>	80.000	500 km	600 km			
<b>Arriendo lancha</b>	102400					
<b>Arriendo bote</b>	102400					
<b>Excursión de pesca</b>	70.000	102.400	30.000	90.000	51.200	118.238
<b>tran. Avioneta</b>	45.000					

Fuente: Elaboración propia

En relación a esta tabla podemos concluir que los precios de venta están relacionados principalmente a los kilómetros. Por tanto el transporte a zona de pesca se calcula en base a la distancia. Los precios de mercado fluctúan entre los 400 y 600 pesos por km. Cabe destacar que estos valores dependiendo del servicio, pueden estar en dólares o pesos chilenos. Otro servicio con alta demanda son las excursiones de pesca, acá los valores se calculan por día o por hora y se ajustan conforme al mercado. Los precios fluctúan entre los \$ 30.000 y \$ 120.000 por día.

4.3.- Cruce de variables sobre cómo se evalúa el impacto económico de pesca recreativa en cada servicio de la ciudad de Palena.

**Tabla N° 22:**

<b>Actividad</b>	<b>Valoración</b>	<b>N</b>
Hotel	Indiferente	0
Cabaña	Bueno	8
Hostal	Regular	8
Lodge	Bueno	1
Casa Particular	Regular	1
Restaurante	Regular	3
Supermercado	Indiferente	0
Transporte	buena	7
Camping	Mala	3
Excursión de pesca	Buena	2
Artesanías	regular	2
<b>Total</b>		<b>35</b>

Fuente: Elaboración propia

Al efectuar el principal cruce de variables, en base a nuestro objetivo que busca establecer, el real impacto económico que tiene la pesca deportiva- recreativa en la ciudad de Alto Palena. Se realizó una tabla resumen, la cual describe la valoración que cada dueño le da al impacto que tiene la pesca en su servicio. Esta situación produjo una visión más clara del contexto en el cual estamos trabajando, por ende los resultados obtenidos son muy importantes para la posterior conclusión final. En relación a la tabla cabe destacar que del total de servicios 4 consideran que su el impacto es positivo catalogándolo como “Bueno” dentro de ellos encontramos Principalmente servicios relacionados con esta actividad turística, pertenecientes al rubro de la pernoctación como cabañas y *Lodge*, igualmente el transporte y las excursiones de pesca sostienen una mayor demanda al incrementarse el número de turistas que practican la pesca deportiva en nuestro País. Ahora bien este enfoque es muy acotado para establecer concretamente que el impacto de la pesca es positivo, ya que al incluir los otros servicios que no forman una cohesión tan grande, el panorama es radicalmente distinto. Particularmente porque se analizan las cifras a nivel comunal. En consecuencia los servicios de hostal, casa

particular, restaurante y particularmente el camping, no efectúan un incremento considerable en su demanda al relacionarlos con la pesca. Ellos catalogan de regular y malo su relación.

## 5.- CONCLUSIONES

La Ciudad de Palena cuenta con una cantidad importante de turistas que viajan principalmente por los atractivos turísticos con los que cuenta la comuna, en este sentido y tomando en cuenta toda la información tanto primaria como secundaria se puede señalar con absoluta certeza que la Comuna de Palena es una Ciudad totalmente apta para un proyecto enfocado en sus recursos naturales como eje de desarrollo económico local.

Se concluye en términos socioculturales que el turista que llega a Palena, va principalmente de vacaciones, turismo ecológico y en menor medida a pesca recreativa, este tipo de persona pernocta en la ciudad entre 2 a 3 días para seguir su viaje a Chaitén. Cabe destacar que en su mayoría son chilenos provenientes de la zona norte y centro del País.

Con base en el impacto económico de la pesca recreativa en los servicios relacionados con está, queda evidenciado que los servicios más beneficiados son los más cercanos a esta como por ejemplo servicios de pernoctación, guías turísticos y *lodge* de pesca, esto se ve representado en la participación de estos servicios en el mercado global de los servicios relacionados con la pesca recreativa con un 52,5%. Por el contrario los servicios con menos interacción en este rubro son los Restaurantes y transporte que mediante el cruce de variables realizado se consideran con una valoración mala de la actividad. En consecuencia se puede afirmar que la correlación o impacto económico es real en solo los servicios como *lodge* y cabañas.

En base a la investigación primaria podemos concluir que los dueños de los servicios presentan una carencia en cuanto a un nivel educacional óptimo para una atención hacia los turistas. Según datos obtenidos la cantidad de empresarios con

educación superior no supera el 30% del total, esto es primordial ya que nos indica una preparación más bien regular de los empresarios turísticos de la comuna. Por lo tanto sugeríamos que el gobierno regional u organismos de desarrollo turístico nacional realicen actividades de capacitación y aprendizaje en cuanto a la forma y estilos tanto de atención como servicio al cliente. Por otra parte existe un 7.5% con educación media incompleta, en este sentido es preciso hacer llegar a este nicho de empresarios un boletín con información y programas con el fin de terminar la enseñanza media. Cabe mencionar que personal más educado y capacitado con una mejor atención al cliente puede generar una ventaja competitiva importante frente a competidores sudamericanos que apuestan por capturar el mismo nicho de mercado que se desea trabajar en la comuna

Se necesita mejorar con urgencia la conectividad hacia la Comuna, principalmente mediante la vía terrestre. Esto se puede lograr mediante políticas públicas principalmente desde la municipalidad y con un compromiso ciudadano, político y comunal en el cual se verán beneficiados tanto los pobladores como los comerciantes de la Comuna. Cuando se preguntó acerca de cuál es el ámbito que se debería cambiar para que aumente el número de turistas, el 28% de los encuestados respondió que se necesita mayores recursos del estado. Esta es un área que hemos recalcado a lo largo de toda la investigación ya que es evidente la debilidad y la poca preocupación por esta comuna. En este sentido la única alternativa para poder obtener mayores recursos del Estado es a través de proyectos sociales y fondos concursables que a menudo difunde el Ministerio de Desarrollo Social a través de Fosis e Injuv, también están los Gobiernos Regionales, Corfo, etc.

La principal meta de nuestra investigación es poder buscar herramientas sólidas que puedan ser el pie para poder construir y consolidar a la comuna de Palena como eje central del turismo en la Patagonia Chilena. En base a los resultados entregados por las encuestas debemos ratificar o desmentir los supuestos establecidos en esta Investigación:

El primer supuesto es absolutamente falso, para ello nos basamos en los datos que se encuentran a disposición en el INE y la contrarrestamos con la opinión general de

los encuestados, más bien este análisis es resultado de la interacción que se mantuvo con cada uno de los encuestados y con disconformidad generalizada con la falta de recursos y nulo crecimiento económico de la comuna.

En el segundo supuesto podemos hacer una diferencia entre los turistas pertenecientes a Europa, Estados Unidos y Sudáfrica que equivale a un 11% frente al turista nacional y argentino con un 53% y 36% respectivamente. El primer segmento si basa su patrón de consumo en la calidad del servicio que reciben, no así el segundo segmento que privilegia aspectos como precio y comodidad.

El tercer supuesto es verdadero, principalmente porque según resultados de la encuesta los meses de octubre, noviembre, diciembre, enero y febrero en que la pesca recreativa sufre una mayor alza en consumo y demanda por parte de los turistas extranjeros. El cuarto supuesto es verdadero, el consumidor chileno si bien predomina más bien el precio que la calidad del servicio o la atención, no le es indiferente un cambio en estas dos últimas áreas y evidentemente si existe una mejor atención al cliente el mercadeo de voz a voz proporcionará a estos comerciantes una mayor demanda por sus productos y servicios. Los consumidores extranjeros con mayor razón aumentarían su demanda ante una mejora en la calidad del servicio y mejora en la atención ya que para ellos es uno de los principales elementos a tomar en cuenta en una escala jerárquica a la hora de escoger un producto o servicio.

## 6.- BIBLIOGRAFÍA

BID. (2011). Reequilibrio global plantea desafíos económicos, oportunidades comerciales para América Latina y el Caribe. *Banco Interamericano del Desarrollo*.

Campbell, T. (2010). La Alternativa Local, Descentralización y desarrollo Económico. *BID*.

Centro de Investigación y Desarrollo, R. d. (2011). *Análisis preliminar de la especie de diatomea Didymosphenia geminata en los ríos Futaleufú y Espolón en la Región de Los Lagos y ríos aledaños*. Región de los Lagos.

Dhanke, F.-C. (1989). *Investigación y comunicación*. México: McGraw-Hill.

Francisco Alburquerque, a. I. (2004). Desarrollo económico local y descentralización en América Latina. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe(CEPAL)*, 158.

Helpman, E. (2007). *El Misterio del Crecimiento Económico*. Barcelona.

Max-Neef, M. (2010). *Desarrollo a escala humana, Opciones para el futuro*. Santiago de Chile: Biblioteca CF+S.

Parrado, D. N. (2008). *Caracterización de la pesca recreativa en la Patagonia Chilena: una encuesta a turistas de larga distancia en la región de Aysén*. LACEEP.

Sampieri, L. y. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill interamericana.

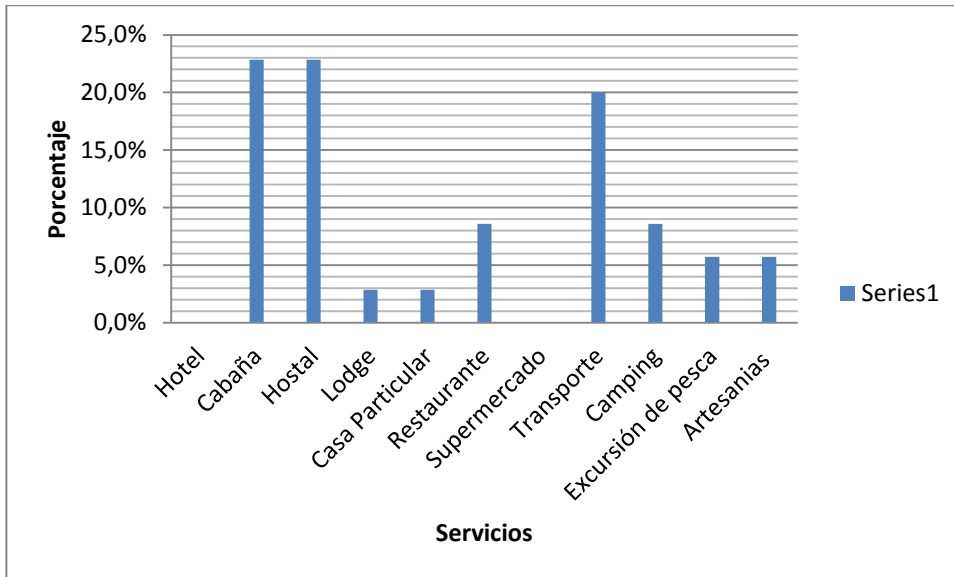
SERNAPESCA. (2012). Practicar con responsabilidad la Pesca Recreativa. *Servicio Nacional de Pesca*.

Tello, M. D. (2010). Del desarrollo económico al desarrollo local. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe(CEPAL)*, 3.

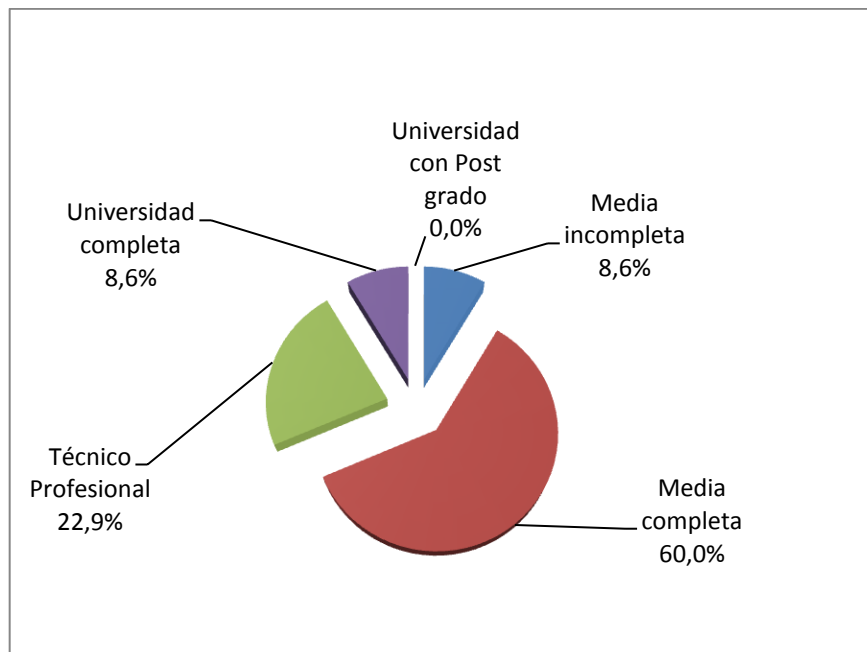
**7.- ANEXOS**

**7.1.- Gráficos**

**Gráfico N° 1: Actividad o Servicio.**

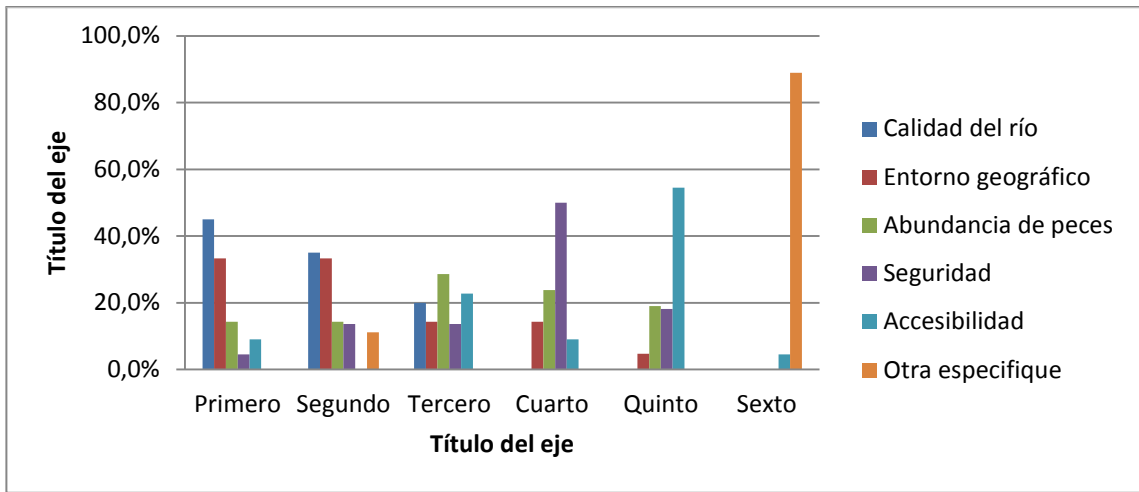


**Gráfico N° 2: Porcentajes y representatividad del nivel educacional de la población**

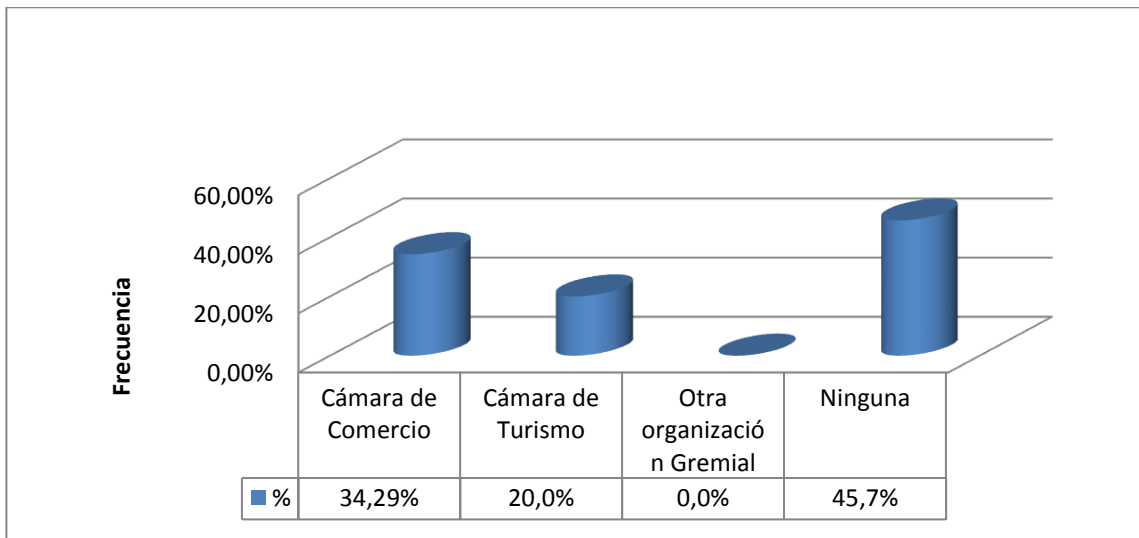




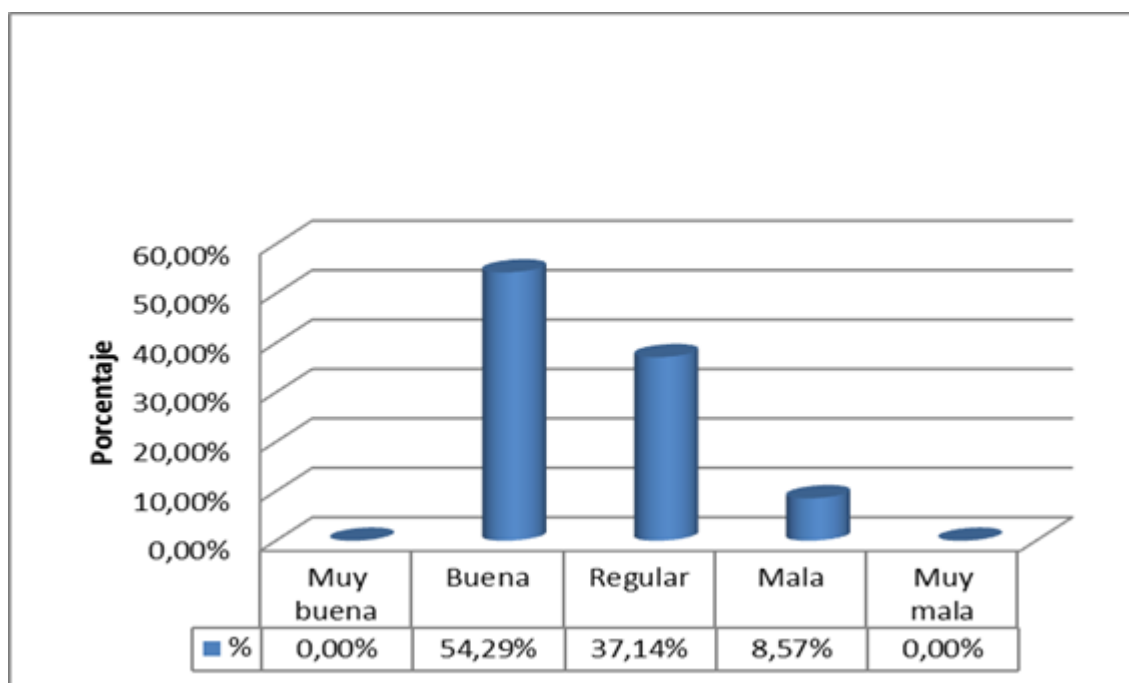
**Gráfico N° 5: Según su experiencia ¿Cuáles son los potenciales que ofrece el Rio Palena para el turismo? Indique en orden jerárquico (1-6)**



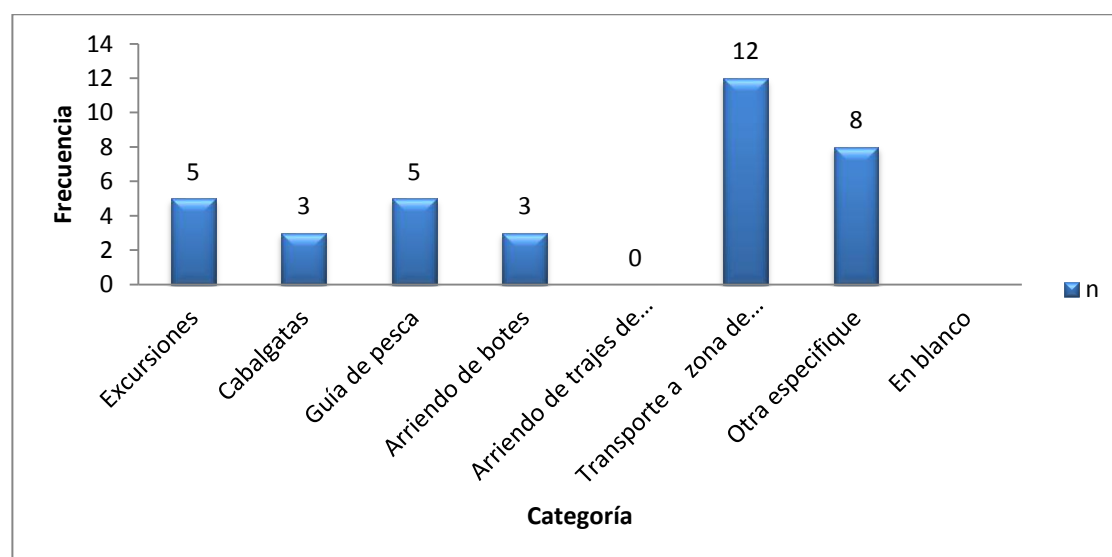
**Gráfico N° 6: ¿Pertenece usted a alguna de las siguientes instituciones?**



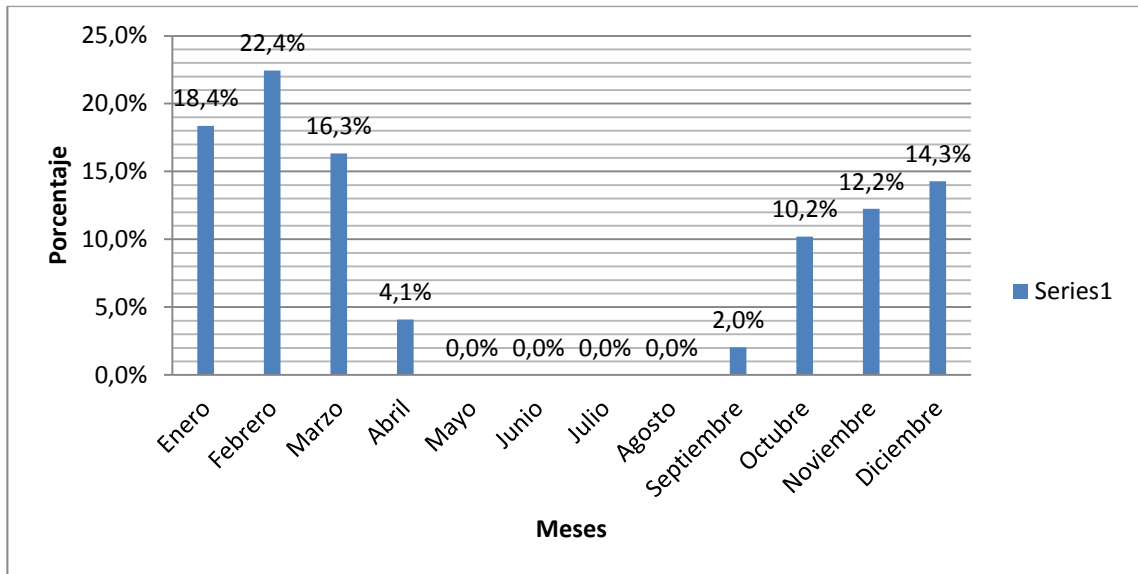
**Gráfico N° 7: ¿Cómo evalúa usted el impacto económico en su negocio en la temporada de pesca recreativa?**



**Gráfico N° 8: ¿Qué tipo de servicio adicional o agregado entrega usted en su servicio?**



**Gráfico N° 9: ¿Cuáles son los meses del año en los que si negocio sufre incrementos en las ventas?**



**Gráfico N° 10:**

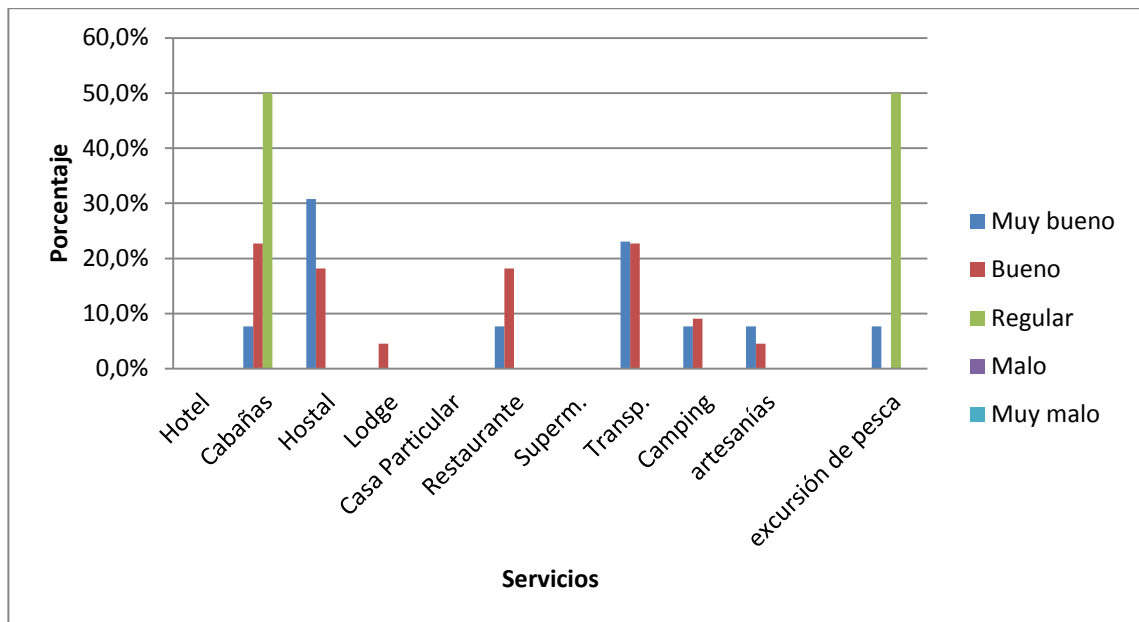


Gráfico 11:

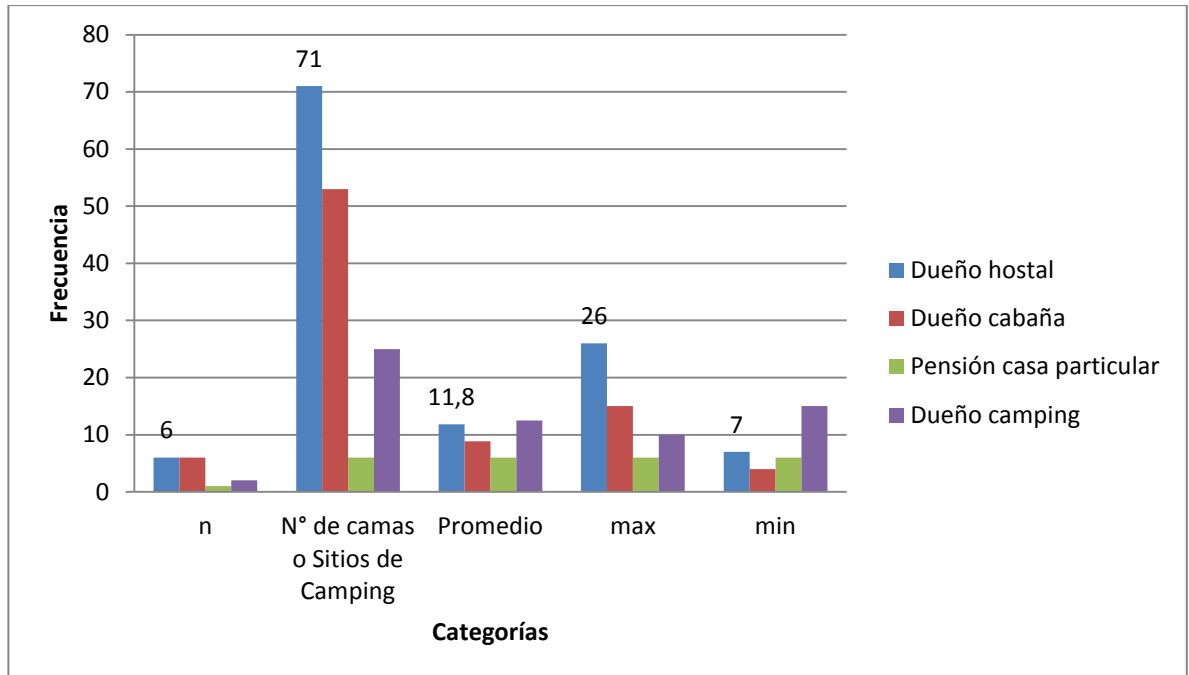
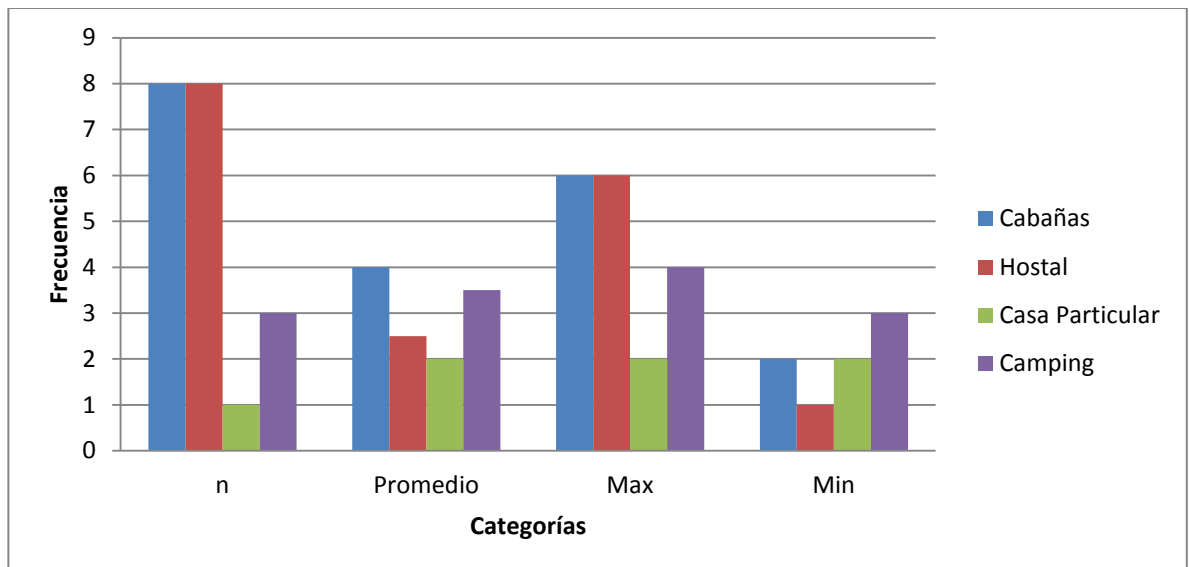


Gráfico 12:



## 7.2.- Cuadro de los nombres pertenecientes a los servicios encuestados

N°	Servicio	Rubro	Estado
1	Artesanías troncos del sur	Artesanías	si
2	Puesto artesanías Elsa Said	Artesanías	si
3	Angélica González	Artesanías	si
4	Peñaipil	Artesanías	si
5	Cabaña Alto Palena	Cabaña	si
6	Cabaña el Pescador (Alfredo Hernández)	Cabaña	si
7	Cabaña Los Maños	Cabaña	si
8	El cruce	Cabaña	si
9	Cabañas Fontinalis	Cabaña y Lodge	si
10	Caminos del sur	Cabañas	si
11	San Pedro	Cabañas	si
12	El valle	Cabañas	si
13	Los ñires	Cabañas	si
14	Cabañas turismo cerro verde	Cabañas	si
15	Cabañas fontinalis	Cabañas	si
16	Campo el mirador	Cabañas	si
17	Remanso Andino	Cabañas	si
18	El farellón	Camping	si
19	El mirador	Camping	si
20	Cordón Blanco	Camping	si
21	Camping Los Guindos	Camping	si
22	Turismo aventura Patagonia expediciones	Excursiones de pesca	si
23	Ricardo Paguinao	Guía pesca	si
24	Segundo Hinostroza	Guía pesca	si
25	Residencial la chilenua	Hostal	si
26	Más Patagonia	Hostal	si
27	Las playas	Hostal	si
28	Hostal cabaña del pescador	Hostal	si
29	El valle	Hostal	si
30	Complejo turístico Torres Castaño	Hostal	si
31	Arroyo Culebra	Hostal	si
32	Rincon de la Nieve	Hostal	si
33	La Cabaña	Hostal	si
34	Dos Ríos	Hostal	si
35	El Americano	Hostal	si

<b>36</b>	Aventura Cordillera	Hostal	no
<b>37</b>	Hospedaje Sole	Hostal	no
<b>39</b>	Horzas	Restaurante	si
<b>40</b>	Café al paso	Restaurante	si
<b>41</b>	Restaurante alta cumbres	Restaurante	si
<b>42</b>	Restaurante fontinalis	Restaurante	si
<b>43</b>	Restaurante El Huaso	Restaurante	no

### 7.3.- Determinación universo muestral

Z (95% de confianza)	Probabilidad de éxito	Probabilidad de Fracaso	Población (N)	Error	n: Tamaño Muestral
1,96	0,5	0,5	49	0,01	49
1,96	0,5	0,5	49	0,02	48
1,96	0,5	0,5	49	0,03	47
1,96	0,5	0,5	49	0,04	45
<b>1,96</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>49</b>	<b>0,05</b>	<b>43</b>
1,96	0,5	0,5	49	0,06	41
1,96	0,5	0,5	49	0,07	39
1,96	0,5	0,5	49	0,08	37
1,96	0,5	0,5	49	0,09	35
1,96	0,5	0,5	49	0,1	32