
gestión pública

Desarrollo local y alternativas de desarrollo productivo: el impulso de un *cluster* eco-turístico en la región de Aysén

Iván Silva Lira

ILPES



NACIONES UNIDAS

CEPAL

Instituto Latinoamericano y del Caribe de
Planificación Económica y Social - ILPES
Dirección de Gestión del Desarrollo Local y Regional

Santiago de Chile, noviembre de 2002

Este documento fue preparado por Iván Silva Lira, Director de Desarrollo Local y Regional del Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES).

Para la elaboración de este trabajo se tuvieron como antecedentes los trabajos que se realizaron en el marco del Convenio de Cooperación Técnica suscrito entre la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el ILPES y la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) de Chile. Implementar un Plan de Atracción de Inversiones para la región de Aysén fue el propósito principal de este Convenio, iniciado en agosto de 2001 y con fecha de término al 31 de diciembre de 2002. En particular, se utilizaron algunos insumos que, en su momento fueron elaborados por la Sra. Silke Schulte, consultora del proyecto, y por el Sr. Rudolf Buitelaar, funcionario de la CEPAL. Se agradece especialmente al Sr. Carlos Sandoval, ayudante de investigación del ILPES, quien colaboró laboriosamente con el autor.

Las opiniones expresadas en este documento, que no ha sido sometido a revisión editorial, son de exclusiva responsabilidad de el autor y pueden no coincidir con las de la Organización.

Publicación de las Naciones Unidas

LC/L.1804-P

LC/IP/L.210

ISBN: 92-1-322096-0

ISSN versión impresa: 1680-8827

ISSN versión electrónica: 1680-8835

Copyright © Naciones Unidas, noviembre de 2002. Todos los derechos reservados

Nº de venta: S.02.II.G.124

Impreso en Naciones Unidas, Santiago de Chile

La autorización para reproducir total o parcialmente esta obra debe solicitarse al Secretario de la Junta de Publicaciones, Sede de las Naciones Unidas, Nueva York, N. Y. 10017, Estados Unidos. Los Estados miembros y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir esta obra sin autorización previa. Sólo se les solicita que mencionen la fuente e informen a las Naciones Unidas de tal reproducción.

Índice

Resumen	7
I. La región de Aysén: panorama general y desarrollo económico reciente	9
1. Antecedentes geográficos de Chile.....	9
1.1 Localización y tamaño	9
2. División político-administrativa de Chile.....	10
3. Antecedentes geográficos y panorama productivo de la región	10
4. Evolución económica reciente.....	13
II. Evolución del turismo en el mundo, en Chile y en la región de Aysén	25
1. Antecedentes generales del turismo mundial, nacional y regional	25
2. Motivaciones de los turistas llegados a Chile	29
III. El turismo en la región de Aysén	33
1. La oferta eco-turística	33
2. Estacionalidad del turismo	38
3. El ingreso a las áreas silvestres protegidas	40
4. Naturaleza, productos turísticos y desarrollo local	42
IV. Un <i>cluster</i> eco-turístico como alternativa de desarrollo empresarial y del turismo en la región de Aysén	45
1. Importancia del sector en la región y tamaño de las empresas: antecedentes para el desarrollo de un <i>cluster</i> eco-turístico	45
2. Mercado objetivo y especialización	47
3. El impulso de un <i>cluster</i> eco-turístico como alternativa de desarrollo empresarial.....	49

4. La visión empresarial y público-privada del desarrollo turístico: fortalezas y debilidades para el impulso de un <i>cluster</i>	53
V. Proyecciones de demanda turística y espacios de inversión en la región de Aysén	61
VI. Recomendaciones y proyectos para mejorar la competitividad y potenciar el desarrollo del sector turístico en la región de Aysén	65
1. Recomendaciones para la expansión del turismo	65
2. Proyectos de inversión derivados del análisis del <i>cluster</i> destinados a potenciar los productos turísticos	69
Bibliografía	71
Anexo	73
Serie Gestión pública: números publicados	83

Índice de cuadros

Cuadro 1	División político-administrativa de Chile, ordenada de norte a sur, 2001	10
Cuadro 2	Chile: tasa de crecimiento del PIB por regiones	14
Cuadro 3	Pérdidas o ganancias PIB respecto a índice de la media del país	15
Cuadro 4	Participación regional en el PIB, 1960-1997.....	15
Cuadro 5	Chile: inversión extranjera materializada por regiones, acumulada por períodos	16
Cuadro 6	Inversión extranjera materializada por sectores, Aysén y país, 1974-2000	17
Cuadro 7	Chile: exportaciones por regiones 1990-1999.....	17
Cuadro 8	Aysén: exportaciones según sectores, 1999	18
Cuadro 9	Evolución de la población en situación de pobreza, por regiones, 1990-2000	19
Cuadro 10	Aysén: inversión pública, por sectores, 1990-2000	20
Cuadro 11	Aysén: distribución porcentual inversión pública efectiva, por sectores, 1990-2000.....	20
Cuadro 12	Aysén: inversión pública efectiva, por fuente de financiamiento, 1990-2000.....	22
Cuadro 13	Inversiones acumuladas, por sectores, 1995-1998	23
Cuadro 14	Evolución turismo mundial	26
Cuadro 15	Indicadores básicos turismo en Chile, 1985-1999.....	27
Cuadro 16	Aysén: pasajeros llegados a establecimientos de alojamiento turístico	28
Cuadro 17	Pasajeros y turistas llegados a Aysén, 1990-2000.....	28
Cuadro 18	Porcentaje de actividades que realizan los turistas llegados a Chile durante su estadía, 2000	30
Cuadro 19	Prioridad asociada a las actividades vacacionales, por grupos de turistas llegados a Chile, 2000	31
Cuadro 20	Aysén: áreas silvestres protegidas.....	34
Cuadro 21	Aysén: tipo de establecimientos de alojamiento turístico	35
Cuadro 22	Aysén: número de establecimientos y número de camas por comunas.....	37
Cuadro 23	Aysén: tasas de crecimiento llegada pasajeros a establecimientos de alojamiento turístico	39
Cuadro 24	Número de visitantes en áreas silvestres protegidas	41
Cuadro 25	Ocupados en actividades características del turismo, 1999	46
Cuadro 26	Aysén: tamaño de empresas características del turismo	46
Cuadro 27	Costo aproximado transporte desde Santiago	48
Cuadro 28	Proyecciones turismo año 2010: temporada alta con tasa de ocupación del 80%	64
Cuadro 29	Aysén: resumen de proyecciones de crecimiento del turismo	64
Cuadro 30	Proyecciones de la demanda turística.....	75

Cuadro 31	Aysén: turistas ingresados en temporada alta (T.A.) por tramos de ingreso y origen, 1999.....	77
Cuadro 32	Aysén: turistas en T.A. por tramos de ingresos, 1999	78
Cuadro 33	Aysén: segmentos de precios de establecimientos turísticos, 2000.....	78
Cuadro 34	Tasa de ocupabilidad de camas por segmentos, 2000.....	79
Cuadro 35	Aysén: proyecciones turismo 2010, escenario de crecimiento optimista (máximo).....	80
Cuadro 36	Aysén: proyecciones turismo 2010, escenario de crecimiento medio	80
Cuadro 37	Aysén: proyecciones turismo 2010, escenario de crecimiento conservador (bajo).....	81
Cuadro 38	Resumen camas adicionales por escenarios de crecimiento y tramos	81
Cuadro 39	Costo promedio inversión por cama	82
Cuadro 40	Aysén: inversiones requeridas en el sector turístico hasta el año 2010.....	82

Índice de gráficos

Gráfico 1	Índice de crecimiento del PIB	14
Gráfico 2	Aysén: composición porcentual PIB regional.....	14
Gráfico 3	Tasa de desempleo: Chile y Aysén, 1979-2000	18
Gráfico 4	Aysén: inversión pública efectiva total, 1990-1999.....	19
Gráfico 5	Aysén: tasas de participación de turistas chilenos y extranjeros, 1981-1999.....	27
Gráfico 6	Motivo del viaje turistas extranjeros a Chile, 1999	30
Gráfico 7	Aysén: establecimientos y camas disponibles, 1990-2000	35
Gráfico 8	Aysén: distribución territorial establecimientos de alojamiento turístico (norte-sur).....	36
Gráfico 9	Aysén: establecimientos de servicios gastronómicos	38
Gráfico 10	Aysén: pasajeros llegados a establecimientos turísticos, 1987-1999.....	39
Gráfico 11	Aysén: kurtosis, distribución mensual de pasajeros llegados, 1987-1999.....	40
Gráfico 12	Aysén: visitantes ingresados a las áreas silvestres protegidas, 1990-2000.....	41
Gráfico 13	Aysén: relación turistas-visitantes en áreas silvestres protegidas.....	42
Gráfico 14	Aysén: nivel de instrucción turistas	47
Gráfico 15	Aysén: proyecciones del crecimiento del número de turistas, temporada alta, 1990-2010.....	62
Gráfico 16	Aysén: porcentajes de turistas chilenos ingresados a la región por tramos de ingresos	77
Gráfico 17	Aysén: porcentajes de turistas extranjeros ingresados a la región por tramos de ingresos.....	77
Gráfico 18	Aysén: distribución de establecimientos por precio cobrado	79
Gráfico 19	Aysén: inversiones requeridas en el sector turístico hasta el año 2010.....	82

Índice de ilustraciones

Ilustración 1	Mapa de la región de Aysén.....	11
Ilustración 2	Aysén: superficie territorial continental	12
Ilustración 3	Oportunidades de inversión...sin límites.....	13
Ilustración 4	Un <i>cluster</i> eco-turístico en la región de Aysén	51
Ilustración 5	Un objetivo: incrementar cadena de valor del turismo	52
Ilustración 6	El “diamante” competitivo del turismo en la región de Aysén.....	59
Ilustración 7	Aysén: oferta y demanda turística en temporada alta	63
Ilustración 8	Aysén: líneas de acción para mejorar la competitividad del turismo	68

Resumen

En este trabajo se analiza la evolución económica reciente de la XI región de Aysén, en el sur de Chile, que ha sido de gran dinamismo durante un período largo de tiempo. Este desarrollo económico ha ido acompañado de una radical reconversión de la estructura productiva regional, la que, de estar fuertemente orientada hacia la producción agropecuaria, ha pasado a privilegiar el crecimiento de los sectores vinculados a la pesca, la minería y el ecoturismo. Este cambio se debe, principalmente, a un incremento importante de las inversiones externas en la región, pero también se explica por el valor de su gran potencial de recursos naturales factibles de ser explotados a través de actividades acuícolas y eco-turísticas, posición que se ve mejorada por la aja en los costos de las comunicaciones que se producido a nivel mundial.

El ecoturismo, en particular, se presenta como una actividad con enormes posibilidades para potenciar los procesos de desarrollo local de la región, ya que es ejercido mayoritariamente por pequeñas empresas que pueden contribuir mejor a los objetivos de equidad y generación de empleos que deben acompañar esos procesos. Sin embargo, para que dichas empresas puedan ofrecer ventajas competitivas, es necesario que se organicen, se asocien y se articulen con el sector público. En este sentido, y como idea de política pública explícita, se ha trabajado en conjunto con la oficina zonal de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) y con el Gobierno regional, con el propósito de impulsar un *cluster* eco-turístico en Aysén.

En función de lo anterior, en este documento, además de hacerse un análisis profundo de las potencialidades del sector turismo y de sus proyecciones de demanda, se plantean una serie de acciones que deberían llevarse a cabo para poder alcanzar tales propósitos.

I. La región de Aysén: panorama general y desarrollo económico reciente

1. Antecedentes geográficos de Chile

1.1 Localización y tamaño

Chile está ubicado en la parte occidental y meridional del cono sur de Sudamérica, prolongándose en el continente Antártico y alcanzando a la Isla de Pascua en la Polinesia, además del archipiélago de Juan Fernández y las islas San Félix, San Ambrosio y Sala y Gómez, la zona económica exclusiva de 200 millas marinas (en el mar, paralela al borde costero) y la plataforma continental correspondiente. En el continente americano, Chile se extiende desde los 17° 30' de latitud sur, en su límite septentrional, hasta las islas Diego Ramírez, a los 56° 30' de latitud sur en la parte meridional sudamericana. Limita al norte con el Perú a través de la Línea de la Concordia; al este con Argentina y Bolivia; al sur con el Polo Sur; al oeste con el Océano Pacífico, incluida la zona exclusiva en una extensión de 200 millas marinas.

2. División político-administrativa de Chile

El territorio chileno continental está dividido en trece regiones, que comprenden 51 provincias y 342 comunas. Las trece regiones y sus capitales se presentan en el cuadro 1.

Cuadro 1
DIVISIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVA DE CHILE, ORDENADA DE NORTE A SUR, 2001

Región	Capital	Superficie (Km ²)
I Región de Tarapacá	Iquique	59 099.1
II Región de Antofagasta	Antofagasta	126 049.1
III Región de Atacama	Copiapó	75 176.2
IV Región de Coquimbo	Coquimbo	40 579.9
V Región de Valparaíso	Valparaíso	16 396.1
Región Metropolitana de Santiago	Santiago	15 403.2
VI Región del Libertador General Bernardo O'Higgins	Rancagua	16 387.0
VII Región del Maule	Talca	30 296.1
VIII Región del Bío-bío	Concepción	37 062.6
IX Región de la Araucanía	Temuco	31 842.3
X Región de Los Lagos	Puerto Montt	67 013.1
XI Región Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	Coyhaique	108 494.4
XII Región de Magallanes y de la Antártica Chilena	Punta Arenas	1 382 297.2

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE) 2000: Anuario de Geografía.

3. Antecedentes geográficos y panorama productivo de la región

Como se desprende del cuadro 1, la región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo, también es conocida como la onceava región del país y se localiza entre los paralelos 44° y 49°, disponiendo de una superficie cercana a los 110 000 km², de la cual la mayoría es de propiedad fiscal, como se muestra en la ilustración 1.

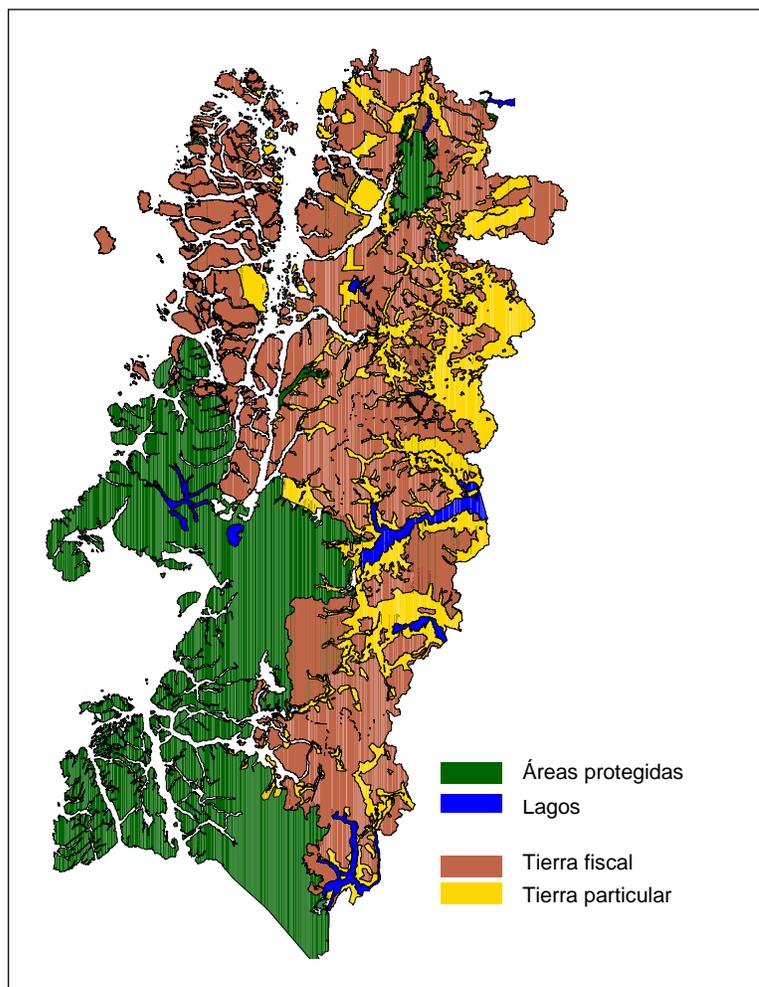
Alrededor de 25% de la superficie regional corresponde a Áreas Silvestres Protegidas (ASP), y otro tanto a bosques fiscales. Por tanto, existen múltiples posibilidades de obtener terrenos para diferentes tipos de proyectos, por ejemplo forestales y turísticos, que podrían poner en valor algunos de los principales recursos productivos de la región.

La Región de Aysén representa el 14% del territorio chileno sudamericano ocupando, en este sentido, el tercer lugar en extensión entre las regiones chilenas. La región limita al norte con la región de Los Lagos; por el oriente limita con Argentina; al sur con la región de Magallanes y Antártica Chilena y al oeste con el océano Pacífico.

El marco natural regional presenta una gran diversidad de paisajes, exhibiendo en primer lugar una unidad longitudinal, en la que se entremezclan archipiélagos compuestos por islas resquebrajadas por los hielos, en cuyas fisuras urden su trama infinidad de fiordos y canales. La segunda unidad, la Cordillera de Los Andes —localizada en esta región en el centro del territorio— es baja en el norte, favoreciendo la integración con el territorio argentino, y abrupta hacia el sur dificultando las comunicaciones por las cubiertas de casquetes helados. La tercera unidad, es la vertiente oriental de Los Andes de topografía más suave, con mayores posibilidades de interconexión y con presencia de lagos de gran tamaño.

La extraordinaria fragmentación territorial conforma paisajes naturales muy diversos, presentando hábitats en los que pueden coexistir sustentablemente las más diversas actividades, rompiendo con la huella de los primeros colonizadores que solo pudieron despejar a fuego el bosque nativo, iniciando una actividad ganadera que requería diferentes condiciones de manejo y explotación.

Ilustración 1
MAPA DE LA REGIÓN DE AYSÉN



Fuente: elaboración propia.

Uno de los principales atributos de la región es que de la enorme superficie que ocupa, casi el 80% es de propiedad estatal, de la cual, a su vez, el 61% está compuesto por el Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado (SNASPE) (ilustración 2). Esta condición le otorga todavía una característica de región de colonización donde se abren innumerables oportunidades de inversión y crecimiento, en el contexto de un patrimonio natural que está disponible para la explotación sustentable de una variada gama de actividades económicas. Cabe resaltar en este sentido, las siguientes (ilustración 3):

AYSÉN: SUPERFICIE TERRITORIAL CONTINENTAL

Superficie regional 10 698 183 ha			
Propiedad estatal 8 189 901		Privada 2 508 282	
Fiscal disponible 3 116 729	SNASPE 5 073 172		
	Parques nac. 2 985 341	Reservas 2 087 422	MN 409
	Áreas urbanas		0
	Tierras agrícolas		0
	Praderas y matorrales		138 088
	Humedales		1 013 066
	Sin vegetación		532 432
	Nieves y glaciares		1 170 197
	Cuerpos agua		123 216
	No identificación		11 715
Bosques	Bosques		2 084 458

Áreas urbanas	2 222
Tierras agrícolas	3 379
Praderas y matorrales	299 881
Humedales	1 146 667
Sin vegetación	1 183 172
Nieves y glaciares	1 811 682
Cuerpos agua	392 025
No identificación	36 599
Bosques	4 823 555

Fuente: elaboración propia.

a) Gran potencial ecoturístico para el cual se dispone de más de 5 000 000 hectáreas de parques y reservas, que constituyen el mayor sistema de ASP del país.

b) Zona natural de expansión de las actividades de explotación acuícola, principalmente vinculadas a la salmonicultura. La región ha delimitado 1 000 000 de hectáreas de borde costero de aptitud acuícola cuya magnitud se puede apreciar si se lo compara con las tan sólo 8 000 hectáreas que constituyen las actuales solicitudes de concesiones vinculadas a esta actividad.

c) Se estiman en algo más de 500 000 hectáreas los bosques de lenga nativa con aptitudes productivas y comerciales que podrían incrementar fuertemente la producción maderera de la región.

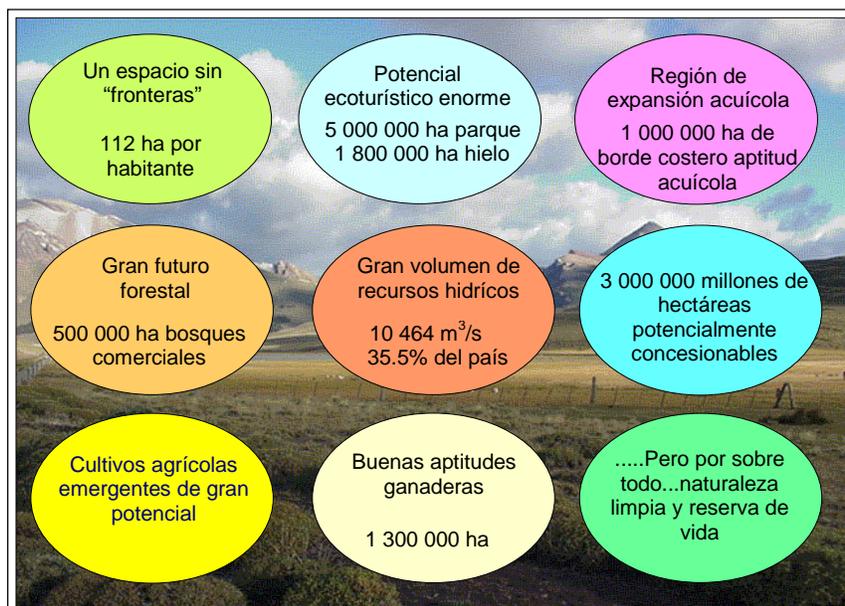
d) El mayor volumen de recursos hídricos del país que representan el 35.5% del total nacional, lo que la habilita como una importante fuente de generación de energía hidroeléctrica que podría llegar a ser aprovechada tanto para propósitos nacionales como de exportación.

e) Un potencial de 3 000 000 de hectáreas fiscales factibles de ser concesionadas tanto para propósitos turísticos, como forestales o de otra índole similar, que podrían significar interesantes proyectos de desarrollo.

f) Por sus condiciones agroclimáticas la región también presenta interesantes oportunidades para el desarrollo de cultivos agrícolas emergentes de indudable potencial.

En torno a todas estas potencialidades en la región se observa un creciente nivel de actividad económica que la proyecta como un territorio de expansión de oportunidades de negocios que ponen a la naturaleza como el centro de la actividad y que permiten afirmar que la región constituye un espacio de oportunidades de inversión sin límites.

Ilustración 3
OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN...SIN LÍMITES



Fuente: elaboración propia.

4. Evolución económica reciente

La región de Aysén ha tenido un notable desempeño económico y social en las últimas décadas. Su economía regional presenta una de las mayores tasas de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) en este período, solamente superada por las tasas de crecimiento de las regiones de Antofagasta y Atacama. Si bien en la década de los noventa su promedio de crecimiento anual estuvo algo por debajo del crecimiento del país, éste alcanzó un auspicioso 7.5% anual, que se ubica en el contexto de un crecimiento promedio del 5% para un largo período de 38 años, lo que determina un dinamismo económico muy destacable (cuadro 2).

Este crecimiento económico regional ha ido acompañado de una vigorosa reconversión de su aparato productivo ya que mientras en el año 1960, los sectores de pesca, minería e industria representaban tan sólo el 1.1% del PIB regional, para 1997 este porcentaje había pasado a un 26%. En igual período el sector agropecuario disminuía de 32.1% a 8.8% (gráfico 2). Esto ha sido el resultado de tasas anuales de variación en el período 1997-1970 que en el caso del sector agropecuario significaron una disminución anual promedio de un 0.4%; mientras que el sector de pesca aumentaba a un avasallador 22.5% promedio anual; la minería experimentaba un crecimiento anual del 17.3% y la industria la no despreciable tasa del 9.3% anual.

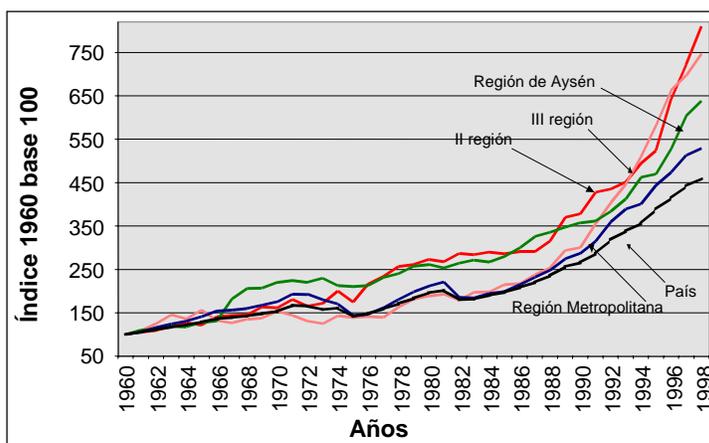
En definitiva, se puede afirmar, sin temor a equivocarse, que la economía regional de Aysén ha tenido un cambio muy significativo en la participación de sus principales actividades económicas, en las cuales comienzan a figurar con fuerza sectores como la acuicultura, la minería, el turismo, que basan su espiral de crecimiento en las grandes ventajas naturales que ofrece la región para el desarrollo de actividades de esta naturaleza.

Cuadro 2
CHILE: TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB POR REGIONES
(En porcentajes)

Región	1960/1970	1970/1980	1980/1990	1990/1998	1960/1998
I	3.55	5.42	2.44	8.14	4.69
II	4.95	5.36	3.28	10.02	5.66
III	4.37	2.12	4.73	12.08	5.44
IV	3.87	3.63	4.37	6.59	4.51
V	2.83	2.18	2.27	4.97	2.95
VI	2.96	3.00	2.94	5.30	3.45
VII	3.64	2.09	4.64	6.72	4.13
VIII	3.58	2.67	2.70	3.96	3.19
IX	2.38	2.89	3.71	6.44	3.71
X	2.70	2.38	4.38	7.28	4.01
XI	8.21	1.73	3.18	7.50	5.00
XII	0.65	2.34	2.25	1.75	1.74
RM	5.78	1.91	3.09	7.94	4.48
País	4.22	2.15	3.08	7.76	4.10

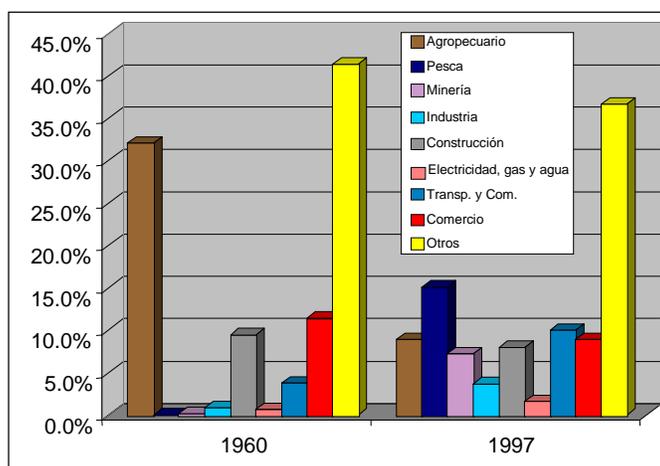
Fuente: Banco Central, Ministerio de Planificación y Cooperación (MIDEPLAN).

Gráfico 1
ÍNDICE DE CRECIMIENTO DEL PIB



Fuente: elaboración propia en base a estadísticas del Banco Central de Chile.

Gráfico 2
AYSÉN: COMPOSICIÓN PORCENTUAL PIB REGIONAL



Fuente: elaboración propia en base a estadísticas del Banco Central de Chile.

Un cuadro que refleja con bastante significación la evolución que ha experimentado la región de Aysén es el cuadro 3. En éste, se comparan las “pérdidas o ganancias hipotéticas” de PIB que cada región habría experimentado en relación con la media nacional y partiendo de un índice de 100. Como era lógico esperar la región de Aysén se ubica en el tercer lugar con mayor “ganancia hipotética” de PIB ya que su índice se multiplicó por 6.4 veces en el período 1960-1998, comparado con las tan sólo 4.6 veces que correspondieron al país en promedio.

Cuadro 3
PÉRDIDAS O GANANCIAS PIB RESPECTO A ÍNDICE DE LA MEDIA DEL PAÍS

Regiones	1998	(+/-)
II	810.57	350.8
III	747.72	288.0
XI	637.82	178.1
I	571.72	112.0
IV	533.67	73.9
RM	529.26	69.5
VII	465.34	5.6
X	444.85	-14.9
IX	398.77	-61.0
VI	362.83	-96.9
VIII	329.51	-130.2
V	302.26	-157.5
XII	192.87	-266.9
País	459.72	

Fuente: Banco Central.

La confirmación de esta tendencia se expresa bien en el cuadro 4, en el que se presentan las participaciones regionales de PIB sobre los totales nacionales para distintos años. Como comentario general, se observa una tendencia a una mayor concentración económica de la Región Metropolitana que incrementa su participación de 41.5% en 1960 a un 48% en 1997, lo que va en desmedro de varias otras regiones pero particularmente de las regiones V y VIII. En el caso de la región de Aysén, ésta pasa de un 0.4% de participación en el PIB nacional en 1960 a un 0.6% en 1997. Es decir, la región sigue siendo, en estos términos, muy pequeña, con una participación todavía muy inferior al 1%, pero que si se la compara con respecto a sí misma indica que ella ha incrementado su ponderación en un 50% en el período considerado, lo que no deja de tener significación.

Cuadro 4
PARTICIPACIÓN REGIONAL EN EL PIB, 1960-1997
(En porcentajes)

Región	1960	1970	1980	1990	1997
I	2.9	2.7	3.6	3.3	3.9
II	5.0	5.3	7.0	7.1	8.2
III	1.6	1.6	1.5	1.8	2.5
IV	2.3	2.2	2.4	2.8	2.5
V	12.8	11.0	10.7	9.9	8.4
VI	5.8	5.0	5.3	5.2	4.4
VII	4.0	3.7	3.6	4.2	4.2
VIII	11.8	11.0	11.1	10.7	8.6
IX	2.8	2.3	2.4	2.5	2.4
X	4.4	3.8	3.7	4.2	4.1
XI	0.4	0.5	0.5	0.5	0.6
XII	4.8	3.4	3.3	3.0	2.1
RM	41.5	47.6	44.9	44.8	48.1
País	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Banco Central.

De tal forma que en términos agregados y utilizando en primer lugar sólo este indicador, se puede concluir que la región ha tenido un dinamismo económico muy grande lo que ya de por sí constituye un factor que se podría considerar una buena carta de presentación para los efectos de ser tenido en cuenta como un territorio interesante para la atracción de inversiones.

Confirmando esta apreciación, la región ha recibido importantes montos de inversión extranjera como se puede observar en el cuadro 5. Efectivamente, mientras la inversión extranjera materializada y acumulada para el período 1974-1989 en la región de Aysén llegó a algo más de US\$ 6 000 000 lo que, a nivel nacional, significó apenas algo más del 0.1% del total de inversión extranjera, muy por debajo de su participación en el PIB nacional; para el período 1990-2000 ésta se había incrementado hasta los US\$ 158 000 000. La variación entre estos dos períodos ha significado un incremento de casi 26 veces, constituyéndose en el segundo mayor incremento entre las distintas regiones del país, solamente superado por la primera región. Esto ha elevado la participación de la región sobre el total de inversión extranjera al 0.4% todavía por debajo de su participación en el PIB pero significativamente superior a la que había tenido en el período precedente.

Cuadro 5

CHILE: INVERSIÓN EXTRANJERA MATERIALIZADA POR REGIONES, ACUMULADA POR PERÍODOS

(Miles de US\$ corrientes)

Región	Acumulada 1974/1989	Acumulada 1990/2000	Total ambos períodos	Variación por períodos	Estructura 1990/2000
I	67 820	2 936 927	3 004 747	43.3	7.6%
XI	6 152	158 465	164 617	25.8	0.4%
III	67 418	1 420 713	1 488 131	21.1	3.7%
Multirregiones	746 643	12 624 422	13 371 065	16.9	32.6%
VIII	54 653	545 678	600 331	10.0	1.4%
VI	20 445	193 565	214 010	9.5	0.5%
IX	8 959	74 974	83 933	8.4	0.2%
V	87 974	699 126	787 100	7.9	1.8%
II	665 124	5 161 896	5 827 020	7.8	13.3%
IV	210 348	1 517 965	1 728 313	7.2	3.9%
RM	2 691 633	12 002 536	14 694 169	4.5	31.0%
VII	85 556	335 710	421 266	3.9	0.9%
X	94 695	363 118	457 813	3.8	0.9%
XII	303 482	664 244	967 726	2.2	1.7%
Total	5 110 902	38 699 339	43 810 241	7.6	100.0%

Fuente: Comité de Inversión Extranjera.

En el cuadro 6 se entrega la información acerca de cómo se distribuye la inversión extranjera por sectores en la región de Aysén para todo el período 1974-2000. Se puede apreciar que ésta se dirige principalmente a los sectores de minería, industria, pesca y acuicultura y forestal, confirmándose la tendencia de reconversión sectorial que se comentaba anteriormente.

Este buen desempeño económico también ha ido acompañado por la evolución de las exportaciones regionales las que se han incrementado significativamente en la década de los noventa. Como se puede desprender del cuadro 7, éstas pasaron de casi US\$ 70 000 000 en 1990 a más de US\$ 162 000 000 en 1999, lo que significa una tasa promedio anual de crecimiento del 9.8%, superior al 6.7% del país en su conjunto. Esto ha significado que la participación de la región sobre el total de exportaciones se haya incrementado hasta el 1.1% que es prácticamente el doble de la ponderación que la región tiene sobre el PIB nacional.

Cuadro 6
INVERSIÓN EXTRANJERA MATERIALIZADA POR SECTORES, AYSÉN Y PAÍS, 1974–2000

(Miles de US\$ corrientes)

Sector	XI región	País
Minería	113 677	15 111 801
Industria	32 875	5 751 448
Pesca y acuicultura	17 597	264 508
Forestal	435	241 115
Servicios	33	10 440 471
Transporte y comunicaciones	0	2 976 013
Electricidad, gas y agua	0	7 808 738
Construcción	0	967 501
Agricultura	0	248 646
Total	164 617	43 810 241

Fuente: Comité de Inversión Extranjera.

Cuadro 7
CHILE: EXPORTACIONES POR REGIONES 1990-1999

(Miles de US\$ FOB^a de cada año)

Regiones	1990	1999	% tasa anual	% 1999
X	253 889	1 012 165	16.6	6.6
I	258 918	981 177	16.0	6.4
VII	154 803	441 717	12.4	2.9
RM	955 697	2 567 640	11.6	16.8
XI	69 970	162 723	9.8	1.1
XII	147 279	310 523	8.6	2.0
VIII	1 056 600	2 087 919	7.9	13.7
IV	207 515	376 165	6.8	2.5
III	537 103	927 259	6.3	6.1
II	2 532 423	3 975 878	5.1	26.1
VI	962 173	1 253 996	3.0	8.2
V	887 390	1 133 953	2.8	7.4
IX	18 915	20 955	1.1	0.1
Otras	479 363	0		0.0
País	8 522 038	15 252 070	6.7	100.0

Fuente: Banco Central.

^a Free On Bord.

Confirmando la tendencia del cambio de composición que ha experimentado el PIB regional, en el cuadro 8 se muestran para 1999 cuáles eran los principales sectores de exportaciones regionales. El mayor porcentaje lo tiene la industria de alimentos, que mayoritariamente coincide con ser la que está asociada a la producción de salmones y otras especies marinas en general. El segundo lugar lo ocupa la minería y bastante más atrás las exportaciones forestales, que, en una primera impresión, no guardan relación con el enorme potencial que en esta actividad podría tener la región.

El resto de las exportaciones son participaciones muy menores sin mayor significación.

En otro plano de cosas, algunos indicadores sociales, asociados sin dudas al buen comportamiento económico regional, presentan asimismo una evolución muy positiva. Como se puede observar, en el gráfico 3 la tasa de desempleo abierta regional siempre desde 1980 ha estado por debajo de la tasa promedio nacional. Ha habido años en que ha sido significativamente baja como en 1984 que alcanzó apenas al 0.4% de la fuerza de trabajo, y, a partir de ese año, sistemáticamente se ha ubicado por debajo del 5%. Sin dudas, a pesar de que en la región puedan

haber situaciones de subempleo, o variaciones temporales que pueden ser de cierta importancia, lo mismo puede ocurrir en otras regiones, y a igualdad de condiciones (siendo la encuesta aplicada la misma en todas partes), a los efectos de la comparación entre regiones la región de Aysén presenta en este aspecto una situación que es muy destacable.

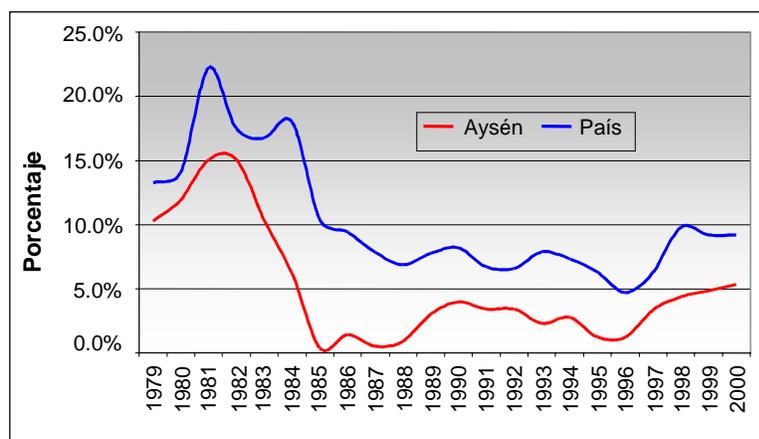
Cuadro 8
AYSÉN: EXPORTACIONES SEGÚN SECTORES, 1999

(Miles de dólares FOB)

Sectores	XI	(%)
Agricultura	8	0.0
Ganadería	801	0.5
Madera en pie	2	0.0
Resto de minería metálica	24 758	15.2
Industria alimentos	128 378	78.9
Alimentos forrajeros	0	0.0
Textiles	27	0.0
Forestales	8 720	5.4
Ref. petróleo y productos derivados	19	0.0
Vidrio y manufacturas de vidrio	2	0.0
Material eléctrico	6	0.0
Material transporte	2	0.0
Total región	162 723	100.0

Fuente: Banco Central.

Gráfico 3
TASA DE DESEMPLEO: CHILE Y AYSÉN, 1979-2000



Fuente: INE.

Algo similar ocurre con otro indicador como lo es el de población en situación de pobreza, el cual en alguna medida va de la mano con el desempleo. Como se desprende del cuadro 9, la pobreza en la región ha disminuido significativamente desde el año 1990 a la fecha. Mientras en ese año, el porcentaje de población pobre llegaba al 31%, para el año 2000 había disminuido a tan sólo el 14.3%, lo que significa un porcentaje de disminución del 54%, esfuerzo que sólo ha sido superado por las regiones XII, II y V, donde las bajas han sido algo más significativas.

Vale decir, entonces, que la región ha tenido, desde el punto de vista de todos estos indicadores, un proceso de crecimiento económico y evolución social muy interesante que, a pesar de su reducido tamaño económico la pone en una situación expectante y atractiva como para ser considerada un buen destino para la realización de futuros negocios.

Cuadro 9

EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN EN SITUACIÓN DE POBREZA, POR REGIONES, 1990-2000

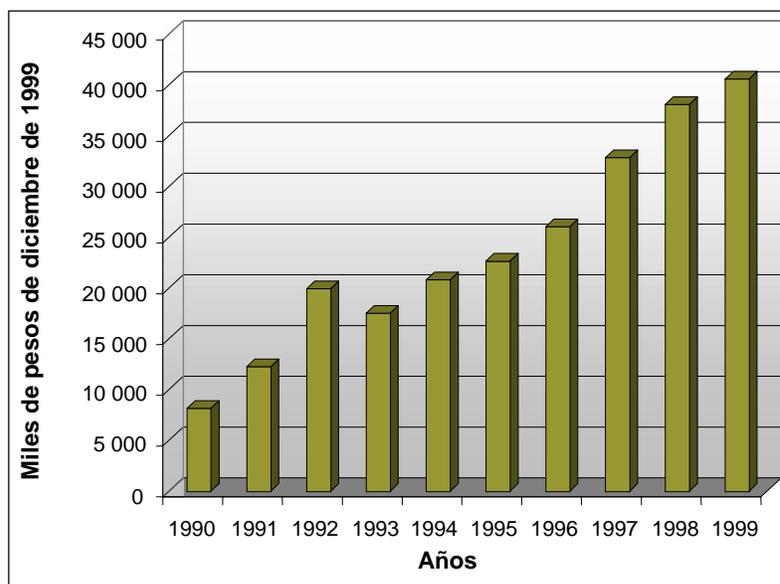
Región	1990	1992	1994	1996	1998	2000	2000/1990	2000/1990 ranking % de disminución
I	28.3	27.0	22.3	21.6	16.1	20.9	-26.15	XII
II	34.2	31.3	25.6	16.6	13.2	13.9	-59.36	II
III	34.2	30.4	32.4	26.5	28.5	23.6	-30.99	V
IV	45.5	38.4	32.2	30.5	25.1	25.2	-44.62	XI
V	43.0	34.5	26.5	22.2	18.8	19.2	-55.35	RM
VI	41.0	30.2	32.5	26.5	22.7	20.6	-49.76	VI
VII	42.7	39.8	39.6	32.5	29.3	25.3	-40.75	Total país
VIII	48.2	44.5	39.6	33.9	32.3	27.1	-43.78	IV
IX	45.1	40.6	33.5	36.5	34.3	32.7	-27.49	VIII
X	40.1	34.2	32.4	32.2	29.4	24.7	-38.40	VII
XI	31.0	30.5	28.1	21.9	14.8	14.3	-53.87	X
XII	30.0	24.0	14.0	13.4	11.8	10.9	-63.67	III
RM	33.0	26.1	19.8	14.8	15.4	16.1	-51.21	IX
Total país	38.6	32.6	27.5	23.2	21.7	20.6	-46.63	I

Fuente: MIDEPLAN.

No parece haber dudas de que en gran medida, y al menos en buena parte de sus inicios, este proceso de crecimiento regional ha sido fuertemente liderado por una vigorosa inversión pública. Como se puede apreciar en el gráfico 4, entre los años 1990 y 1999, la inversión pública efectiva en la región de Aysén creció a una tasa cercana al 19.5% anual, pasando de \$ 8 181 000 000 en 1990 a \$ 40 598 000 000 en 1999, cifras medidas a precios constantes de 1999.

Gráfico 4

AYSÉN: INVERSIÓN PÚBLICA EFECTIVA TOTAL, 1990-1999



Fuente: MIDEPLAN.

En el cuadro 10 se presenta la información sobre inversión pública regional desagregada por sectores, a precios corrientes de cada año y para el período 1990-2000. En el cuadro 11, se presenta esta misma información en términos de su estructura porcentual.

Cuadro 10

AYSÉN: INVERSIÓN PÚBLICA, POR SECTORES, 1990-2000

(Cifras en millones de pesos de cada año)

Sector	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Infraestructura (OO.PP.)	1 338	3 061	6 371	5 321	7 321	9 346	9 658	16 940	20 110	18 584	23 180
Salud	0	0	188	29	7	104	402	493	2 224	2 527	1 273
Vivienda, urbanismo	813	1 182	1 734	2 145	2 498	3 304	3 405	4 062	2 930	4 960	5 696
Educación	0	0	17	5	5	0	0	0	0	3	20
Inv. desarrollo social	43	46	107	213	526	562	603	905	1 017	1 002	1 542
Municipalizada	256	312	701	492	395	565	709	836	1 350	1 511	2 183
FNDR ^a	1 151	1 866	3 319	4 374	5 553	5 235	8 589	7 996	9 862	9 865	8 301
Total	3 601	6 467	12 436	12 579	16 305	19 116	23 365	31 232	37 494	38 452	42 194

Fuente: MIDEPLAN.

^a Fondo Nacional de Desarrollo Regional.

Cuadro 11

AYSÉN: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL INVERSIÓN PÚBLICA EFECTIVA, POR SECTORES, 1990-2000

(En porcentajes de cada año)

Sector	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Infraestructura (OO.PP.)	37.2	47.3	51.2	42.3	44.9	48.9	41.3	54.2	53.6	48.3	54.9
Salud	0.0	0.0	1.5	0.2	0.0	0.5	1.7	1.6	5.9	6.6	3.0
Vivienda, urbanismo	22.6	18.3	13.9	17.1	15.3	17.3	14.6	13.0	7.8	12.9	13.5
Educación	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Inv. desarrollo social	1.2	0.7	0.9	1.7	3.2	2.9	2.6	2.9	2.7	2.6	3.7
Municipalizada	7.1	4.8	5.6	3.9	2.4	3.0	3.0	2.7	3.6	3.9	5.2
FNDR	32.0	28.9	26.7	34.8	34.1	27.4	36.8	25.6	26.3	25.7	19.7
Total	100.0										

Fuente: MIDEPLAN.

Como se puede observar, a lo largo de los años ha venido teniendo una creciente participación la inversión en infraestructura asociada al sector de obras públicas, que ha pasado de representar en torno al 37% hacia 1990 hasta más del 50% en los últimos años de la serie, lo que denota el gran esfuerzo que se ha realizado en términos de infraestructura física para el desarrollo. Otra forma de ver esta misma información es en función de sus fuentes de financiamiento como se presenta en el cuadro 12.

En este caso se puede observar la aparición, a partir del año 1992, de un nuevo instrumento como son las Inversiones Sectoriales de Asignación Regional (ISAR) que comienzan a tener una creciente importancia; y, a partir de 1996, la incorporación de las Inversiones Regionales de Asignación Local (IRAL) que también comienzan a tener cierta significación.

Un cuadro que es significativo de la importancia que el Estado le ha asignado al desarrollo de la región de Aysén es el 13. En él se presenta la inversión acumulada por sectores para la región y el país para el período 1995-1998. Como se puede observar, en lo que respecta a inversión en “camino nacionales” el sector público, en ese período, invirtió un 6.3% del total de inversiones públicas a nivel nacional en sector. En transporte caminero, en general, el sector público invirtió en la región un 3.9% del total nacional. Es decir, si se considera que al año 2002, según los resultados preliminares del XVII Censo de Población 2002, la población de Aysén era de 80 501 personas y la del país llegaba a 15 050 341 personas, lo que significa que la región participaba con el 0.53% de la población nacional, se puede inferir que en este rubro el estado ha invertido más de 6 veces el equivalente a la ponderación de población, si es que la inversión pública se distribuyera en el país

con criterios de equidad poblacional. Como se puede observar, en todos los sectores que se presentan en el cuadro 13, la ponderación de las inversiones sobre los correspondientes totales nacionales ha sido mayor que la ponderación de población de la región, resaltando particularmente, los casos de transporte caminero y de educación, lo que demuestra el interés que ha puesto el sector público en el desarrollo de la región.

En resumen, en términos de evolución económica reciente y de su inserción competitiva en el contexto nacional se puede decir:

- Que la región ha experimentado un gran dinamismo económico.
- Que se acentúa en la década de los noventa.
- Que ha significado una gran reconversión de su aparato productivo.
- Que ha tenido un crecimiento espectacular principalmente en minería, industria, pesca y turismo.
- Que se manifiesta en fuertes incrementos en exportaciones y en atracción de inversión externa.
- Que ha recibido importantes volúmenes de inversión pública especialmente en obras de infraestructura vial y social, principalmente.
- Que muestra grandes potencialidades forestales.
- Con un sector agrícola que presenta algunos nichos de mercado de indudable potencial.
- Con una ganadería que probablemente necesita ser reformulada.
- Y en un contexto social en el cual la pobreza ha disminuido significativamente y con una serie de leyes e instrumentos que compensan factores que pueden ser críticos desde el punto de vista competitivo productivo.

En este contexto, por tanto, es que se debe analizar la evolución y potencialidades que presenta el turismo regional, el cual puede constituirse en una de las actividades más importantes de la zona y transformarse en un sector de gran ayuda para mantener el dinamismo económico que ha exhibido la región de Aysén en los últimos años.

Cuadro 12
AYSÉN: INVERSIÓN PÚBLICA EFECTIVA, POR FUENTE DE FINANCIAMIENTO, 1990-2000
(Cifras en millones de pesos de cada año)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
1 Inversión pública efectiva sectorial											
Ministerio de obras públicas	1 176	3 036	6 000	4 467	6 080	7 434	7 553	11 196	12 944	12 044	15 446
Empresas de obras sanitarias	162	25	266	464	672	730	1 126	1 512	1 000	819	821
Ministerio de la vivienda y urbanismo	813	1 182	1 700	1 525	2 004	2 741	2 764	3 234	2 193	3 388	4 413
Ministerio de salud	-	-	188	29	7	104	215	298	392	239	256
Ministerio de educación	-	-	17	5	5	-	-	-	-	3	20
DIGEDER	10	18	31	10	8	46	14	61	68	42	153
Fondo de solidaridad e inversión social	-	-	-	-	66	66	116	412	475	474	569
Fondo social	33	29	76	192	224	127	124	90	186	28	274
Total inversión pública efectiva sectorial	2 194	4 289	8 277	6 692	9 065	11 248	11 913	16 803	17 258	17 036	21 952
2 Inversión pública efectiva de decisión regional											
2.1 Fondo nacional de desarrollo regional	1 151	1 866	3 319	4 374	5 553	5 235	8 589	7 996	9 862	9 865	8 301
Subtotal FNDR	1 151	1 866	3 319	4 374	5 553	5 235	8 589	7 996	9 862	9 865	8 301
2.2 ISAR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ministerio de obras públicas	-	-	105	171	569	1 182	979	1 540	1 839	1 932	1 551
Empresas de obras sanitarias	-	-	-	220	-	-	-	-	-	-	-
Ministerio de la vivienda y urbanismo	-	-	34	25	82	89	124	99	57	55	66
Ministerio de salud	-	-	-	-	-	-	187	195	185	95	89
Fondo de solidaridad e inversión social	-	-	-	-	180	265	84	-	9	79	26
DIGEDER	-	-	-	11	48	58	85	93	44	130	98
Prg. de mejoramiento de barrios y lotes con servicios sanitarios	-	-	-	490	292	230	186	418	409	755	752
Prg. de mejoramiento urbano y equipamiento comunal	-	-	-	105	121	243	-	-	-	-	-
Subtotal ISAR	-	-	139	1 022	1 291	2 067	1 645	2 345	2 544	3 045	2 581
2.3 IRAL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS)	-	-	-	-	-	-	179	250	235	250	422
Programa de mejoramiento urbano	-	-	-	-	-	-	331	310	271	763	465
Subtotal IRAL	-	-	-	-	-	-	510	560	505	1 013	887
2.4 Convenios de programación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ministerio de obras públicas	-	-	-	-	-	-	-	2 693	4 327	3 789	5 362
Ministerio de vivienda y urbanismo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ministerio de salud	-	-	-	-	-	-	-	-	1 647	2 194	928
Subtotal convenios de programación	-	-	-	-	-	-	-	2 693	5 974	5 982	6 291
Total decisión regional	1 151	1 866	3 458	5 395	6 844	7 302	10 744	13 594	18 885	19 905	18 060
3 Inversión pública de administración comunal											
Municipalidades	256	312	701	492	395	565	709	836	1 350	1 511	2 183
Subtotal municipalidades	256	312	701	492	395	565	709	836	1 350	1 511	2 183
Total inversión pública efectiva regional	3 601	6 467	12 436	12 579	16 305	19 116	23 365	31 232	37 494	38 452	42 194

Fuente: MIDEPLAN.

Cuadro 13
INVERSIONES ACUMULADAS, POR SECTORES, 1995-1998

(Porcentaje del total y en millones de pesos de 1998)

Tipo inversión	%	Monto región Aysén	Monto país
Transporte caminero			
Nacionales	6.3	7 343	116 563
Regionales principales	6.3	2 276	36 120
Regionales secundario	0.2	72	36 230
Comunales	4.4	3 738	84 959
Obras fluviales viales	1.8	184	10 200
No clasificables	0.9	64	7 092
Total caminos	3.9	11 355	291 163
Vialidad urbana			
Estructurantes	0.1	189	189 465
Resto vías urbanas	3.9	10 044	257 528
Total vialidad urbana	2.3	10 281	446 993
Habitacional			
Viviendas sociales	1.3	6 373	490 240
Básicas Servicio de Vivienda y Urbanismo (SERVIU)	1.1	3 736	339 657
Progresivas SERVIU	0.0	-	31 088
Progresivas privadas	3.8	1 942	51 104
Básicas privadas	1.3	225	17 298
Subsidios rurales	1.3	664	51 093
Subsidios unificados y Programa Economía del Trabajo (PET)	0.5	1 126	225 125
Subsidios unificados	0.3	473	157 510
Programa especial trabajo	1.0	676	67 616
Otras inversión habitacionales		-	6 050
Total habitacional	1.1	7 936	721 416
Salud			
Alta complejidad	0.7	820	117 199
Media complejidad	2.2	598	27 194
Baja complejidad	3.8	1 422	37 419
Administración salud	2.9	322	11 102
No clasificados	0.3	14	4 677
ISAR	4.5	600	13 330
Total sector salud	1.5	3 775	251 668
Alcantarillado			
Alcantarillado urbano	0.6	346	57 726
Agua potable urbana	0.3	473	157 704
Agua potable rural	4.9	2 640	53 874
Tratamiento aguas servidas	2.4	2 000	83 351
Programas	1.3	895	68 814
Estudios	0.6	71	11 860
Otros	2.3	915	39 790
Total alcantarillado	1.6	7 570	473 120
Educación			
Administración educación y cultura	19.0	664	3 493
Arte y cultura	1.8	62	3 453
Capacitación y cultura	11.2	23	201
Básica y media	3.6	4 383	121 742
Diferencial y especial	1.0	17	1 657
Media técnico	1.1	131	11 924
Adultos	0.0	-	810
Prebásica	10.2	699	6 857
Superior	0.0	-	1 823
Intersectorial	11.4	274	2 404
Total educación	4.1	6 329	154 365
Sector silvoagropecuario			
Administración silvoagropecuario	3.0	231	7 687
Agricultura	6.0	441	7 358
Capacitación silvoagropecuario	0.0	-	443
Intersectorial silvoagropecuario	6.8	537	7 891
Pecuario	35.1	394	1 123
Riego	0.2	217	108 366
Silvicultura	20.6	679	3 295
Total sector silvoagropecuario	1.8	2 451	136 163

Fuente: MIDEPLAN.

II. Evolución del turismo en el mundo, en Chile y en la región de Aysén

1. Antecedentes generales del turismo mundial, nacional y regional

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 1994), son actividades turísticas, aquellas que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año; con fines de ocio, por negocios y otros motivos. Bajo esta definición, lo que importa por tanto es el concepto de gastos que se realizan en un lugar distinto al de la residencia habitual de las personas y que constituyen ingresos para el lugar que los recibe y consecuentemente mayor actividad económica para el mismo.

Interesa resaltar con relación al turismo, su evolución reciente y perspectivas futuras. Como se puede observar en el cuadro 14, el turismo a nivel mundial ha pasado de un total de poco más de 25 000 000 de turistas en el año 1950 a 664 000 000 en el año 1999 y se prevé que éstos lleguen a 1 600 000 000 en el año 2020. Por otra parte, las recaudaciones mundiales de turismo pasarán de US\$ 455.5 millones en 1999 a US\$ 2 000 000 millones en el año 2020, lo que determinará que en el siglo XXI el turismo, no sólo será la mayor industria del mundo, sino que la mayor que jamás haya existido.

Cuadro 14
EVOLUCIÓN TURISMO MUNDIAL

Año	Llegada mundial turistas		Recaudaciones mundiales del turismo	
	Total (Miles)	Crecimiento (%)	Total (Millones)	Crecimiento (%)
1950	25 282	-	2 100	-
1960	69 320	174	6 867	227
1970	165 787	139	17 900	161
1980	286 249	73	105 198	488
1990	459 212	60	264 714	152
1991	462 700	1	276 900	5
1992	500 900	8	315 400	14
1993	515 700	3	321 900	2
1994	550 300	7	354 900	10
1995	565 400	3	405 800	14
1996	597 400	6	436 500	8
1997	612 000	2	439 700	1
1998	636 000	4	441 800	0
1999	664 400	4	455 500	3
2020 ^a	1 600 000	4.3	2 000 000	439

Fuente: OMT

^a Para el año 2020 se presenta una estimación de la OMT.

La OMT anticipa que las llegadas de turistas aumentarán a una media anual del 4.3% y los ingresos por turismo internacional lo harán a una tasa del 6.7% anual. Como es fácil concluir el aumento será espectacular, pero también la competencia entre destinos será cada vez más feroz, lo que significa que no se podrá esperar de brazos cruzados la llegada nuevos turistas sino que será necesario hacer ingentes esfuerzos para tener posibilidades de éxito en esta competencia. Alguna de las condiciones de éxito que se plantean como necesarias, son el desarrollo del sector centrado en la calidad y en la sostenibilidad; una buena relación calidad/precio, y la utilización completa de la tecnología de la información para identificar y comunicar eficazmente los nichos de mercado.

Comparativamente, el turismo en Chile ha tenido también una evolución muy positiva en el último tiempo, ya que el mismo ha pasado de un total de 418 000 000 turistas en 1985 a 1.62 millones en 1999, mientras que los ingresos evolucionaron desde US\$ 123 000 000 a US\$ 893 000 000 entre ambos años (cuadro 15).

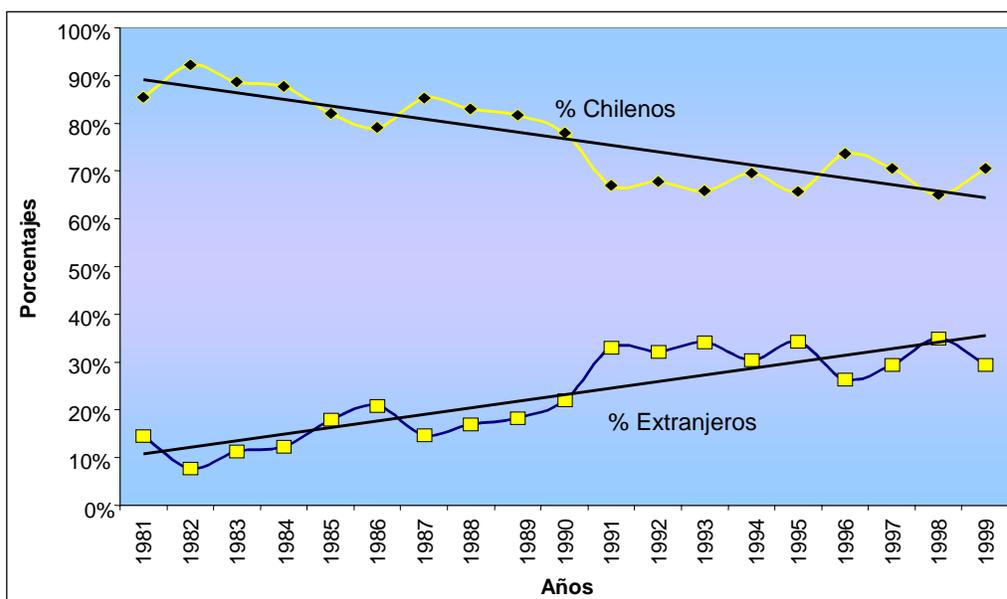
En términos de tasas de crecimiento, la llegada de turistas evolucionó entre 1985 y 1999, a una tasa promedio anual del 10.25%, la disponibilidad de habitaciones lo hizo al 5.9%; la disponibilidad de camas al 6.5%; los ingresos por turismo aumentaron a una tasa media del 15.2% y los gastos por turismo a una tasa del 8.2%, mostrando un balance favorable para el país en este sentido.

Cuadro 15
INDICADORES BÁSICOS TURISMO EN CHILE, 1985-1999

Año	Turistas		Disponibilidad de alojamiento				Ingresos turismo		Gastos turismo	
	Miles	Crec. (%)	Habs.	Crec. (%)	Camas	Crec. (%)	Mill. (US\$)	Crec. (%)	Mill. (US\$)	Crec. (%)
1985	418		20 624		44 756		123		269	
1986	581	39.0	21 010	1.9	45 803	2.3	183	48.8	319	18.6
1987	575	-1.0	22 145	5.4	48 100	5.0	182	-0.5	353	10.7
1988	624	8.5	22 354	0.9	48 777	1.4	205	12.6	442	25.2
1989	797	27.7	20 448	-8.5	59 317	21.6	407	98.5	397	-10.2
1990	943	18.3	23 457	14.7	56 090	-5.4	540	32.7	426	7.3
1991	1 349	43.1	25 817	10.1	62 340	11.1	700	29.6	409	-4.0
1992	1 283	-4.9	30 986	20.0	73 407	17.8	706	0.9	536	31.1
1993	1 412	10.1	33 361	7.7	76 821	4.7	744	5.4	560	4.5
1994	1 634	15.7	35 101	5.2	81 190	5.7	846	13.7	535	-4.5
1995	1 540	-5.8	38 740	10.4	88 705	9.3	900	6.4	774	44.7
1996	1 450	-5.8	40 412	4.3	91 339	3.0	905	0.6	806	4.1
1997	1 644	13.4	40 829	1.0	91 854	0.6	1 020	12.7	945	17.2
1998	1 759	7.0	44 720	9.5	102 439	11.5	1 062	4.1	906	-4.1
1999	1 622	-7.8	46 097	3.1	108 068	5.5	893	-15.9	806	-11.0
Tasa media anual	10.2			5.9			6.5		15.2	8.2

Fuente: OMT.

Gráfico 5
AYSÉN: TASAS DE PARTICIPACIÓN DE TURISTAS CHILENOS Y EXTRANJEROS, 1981-1999



Fuente: Anuario de Turismo, INE.

La región de Aysén, a su vez, ha experimentado un gran incremento en esta actividad. Como se puede observar en el cuadro 16 los pasajeros llegados a establecimientos de alojamiento turístico pasaron de 4 821 en 1981 a 37 476 en 1999, lo que implica una tasa anual de crecimiento del 12.1%. Si se discrimina por origen se puede apreciar que la tasa de crecimiento de los pasajeros extranjeros ha evolucionado a un ritmo mucho mayor que la de los chilenos, 16.5% frente al 10.8%, lo que ha determinado una creciente participación de los mismos en el total de turistas, que han pasado de ser el 10% al 30%. Estas tendencias se han acentuado en la década de los noventa ya

que como se puede deducir, las tasas de crecimiento anual de turistas fueron del 16.3% y la de los extranjeros del 23%.

Cuadro 16

AYSÉN: PASAJEROS LLEGADOS A ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

Año	Chilenos		Extranjeros		Total	
	Nº	Crec. (%)	Nº	Crec. (%)	Nº	Crec. (%)
1981	4 116	-	705	-	4 821	-
1982	4 801	16.6	405	-42.6	5 206	8.0
1983	6 789	41.4	873	115.6	7 662	47.2
1984	7 790	14.7	1 100	26.0	8 890	16.0
1985	6 079	-22.0	1 338	21.6	7 417	-16.6
1986	6 221	2.3	1 649	23.2	7 870	6.1
1987	7 381	18.6	1 282	-22.3	8 663	10.1
1988	7 447	0.9	1 526	19.0	8 973	3.6
1989	8 150	9.4	1 824	19.5	9 974	11.2
1990	8 219	0.8	2 319	27.1	10 538	5.7
1991	7 127	-13.3	3 520	51.8	10 647	1.0
1992	10 595	48.7	5 031	42.9	15 626	46.8
1993	8 352	-21.2	4 324	-14.1	12 676	-18.9
1994	12 714	52.2	5 566	28.7	18 280	44.2
1995	15 044	18.3	7 844	40.9	22 888	25.2
1996	20 683	37.5	7 410	-5.5	28 093	22.7
1997	18 613	-10.0	7 754	4.6	26 367	-6.1
1998	24 593	32.1	13 208	70.3	37 801	43.4
1999	26 435	7.5	11 041	-16.4	37 476	-0.9

Fuente: INE.

Los turistas que se registran en estas estadísticas son, sin embargo, una subestimación del valor real de los mismos, ya que los establecimientos de alojamiento turísticos encuestados por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), que son la base sobre la cual se construyen las estadísticas del cuadro 16, representan no más del 30% de los existentes en la región. En este sentido, según la información procesada y estimada por la oficina del Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) regional los turistas que entran a la región se estiman en cerca de los 100 000, como se muestra en el cuadro 17.

Cuadro 17

PASAJEROS Y TURISTAS LLEGADOS A AYSÉN, 1990-2000

Año	Pasajeros		Turistas	
	Cantidad	Crec. (%)	Cantidad	Crec. (%)
1990	99 590	-	42 504	-
1991	97 781	-1.82	42 905	0.9%
1992	124 890	27.72	54 122	26.1%
1993	109 014	-12.71	49 479	-8.6%
1994	150 321	37.89	66 228	33.9%
1995	168 594	12.16	76 087	14.9%
1996	155 464	-7.79	78 566	3.3%
1997	153 386	-1.34	78 266	-0.4%
1998	160 887	4.89	82 047	4.8%
1999	178 249	10.79	93 083	13.5%
2000	193 008	8.28	100 364	7.8%

Fuente: SERNATUR región de Aysén.

Según estos antecedentes, la región de Aysén ha tenido una interesante evolución turística, particularmente en el último tiempo, a pesar de que se trata de una región relativamente joven, de reciente colonización, cuya estructuración caminera interna comienza a producirse recién a partir de mediados de los años ochenta y que sólo se terminará de completar en la presente década. Esto mismo, la presenta como una región de gran potencial, casi inexplorada en algunas de sus localidades, con grandes atractivos naturales que la convierten espontáneamente en una región de características eco-turísticas.

Esta es, por tanto, una de sus grandes fortalezas y potencialidades ya que el **ecoturismo**, según varias previsiones, ocupará un lugar destacado en lo próximos años participando encima de la cuota creciente del turismo mundial.

2. Motivaciones de los turistas llegados a Chile

De acuerdo a encuestas realizadas por SERNATUR,¹ se ha podido observar, que el principal motivo de viaje hacia Chile son las vacaciones (69.8%), seguido por las visitas familiares (12.7%) y los viajes de negocios (7.7%). Las restantes motivaciones se deben a compras, seminarios y congresos.

En virtud que dentro de los motivos de viajes a Chile figuran con el más alto porcentaje las vacaciones, se puede revisar la oferta turística dentro del país, en la cual se destacan las siguientes actividades realizadas por los turistas extranjeros: actividades de playa, visitas a lugares históricos, visita a parques nacionales y reservas, deportes de montaña, pesca deportiva y otras sin especificar (cuadro 18).

En el cuadro 19 se presentan las prioridades que se les da a cada una de estas actividades por parte de los turistas provenientes de los distintos continentes, destacando de esta manera ciertas preferencias por los distintos segmentos de mercado.

Los turistas provenientes de los países sudamericanos se inclinan más que nada por las actividades de playa, seguido por otras actividades sin especificar, visitas a los lugares históricos y como último a los parques nacionales. Los norteamericanos por su parte, tienen una preferencia por las visitas a lugares históricos y los parques nacionales, seguido por actividades de playa y otras actividades sin especificar. Los europeos también se inclinan más por las visitas a lugares históricos seguido por las visitas a los parques nacionales, mientras que los australianos tienen absoluta preferencia por los parques nacionales y los lugares históricos. Los turistas asiáticos no tienen preferencias muy marcadas, ya que realizan en general la mayoría de las actividades, en forma parecida al grupo considera como “el resto del mundo”.

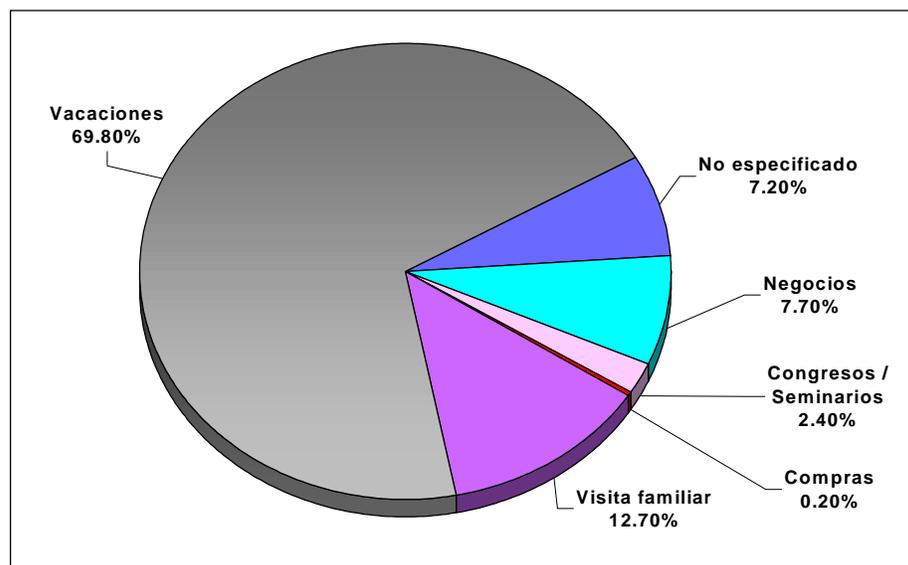
En conclusión, dentro de las cuatro actividades de mayor preferencia existen ciertas tendencias por parte de los turistas provenientes de los distintos continentes, que están directamente relacionadas con los distintos intereses y demandas que tienen estas personas al momento de visitar Chile. De esto se desprende un potencial de desarrollo importante para aquellos que pretenden promocionar los distintos destinos y ofertas turísticas en los países extranjeros, considerando los distintos segmentos de mercado existentes.

Teniendo en cuenta el incremento del segmento de mercado “ecoturismo”, actividad que se realiza con preferencia al interior de las áreas silvestres protegidas se vislumbra un creciente interés por parte de turistas provenientes de Norteamérica, Europa y Australia, hecho importante de destacar y que puede ser especialmente relevante para Aysén debido a que este segmento presenta una mayor disposición al gasto turístico diario.

¹ SERNATUR, Una Década en el Turismo Chileno 1990-1999.

Gráfico 6

MOTIVO DEL VIAJE TURISTAS EXTRANJEROS A CHILE, 1999



Fuente: SERNATUR, "Una Década en el Turismo Chileno 1990-1999".

Cuadro 18

PORCENTAJE DE ACTIVIDADES QUE REALIZAN LOS TURISTAS LLEGADOS A CHILE DURANTE SU ESTADÍA, 2000.

(Cifras en porcentajes)

Países		Actividades de playa	Visita parques o reservas naturales	Pesca deportiva	Deportes de montaña	Otros deportes aventura	Visita lugares históricos	Cruceros náuticos	Fiestas, eventos artísticos	Eventos deportivo	Otras sin especificar
América del Sur	Argentina	50.6	12.3	1.8	2.0	1.6	20.0	2.5	2.9	5.0	35.9
	Bolivia	35.5	7.6	1.0	0.6	0.1	26.1	0.3	8.6	0.3	25.4
	Brasil	30.8	29.9	0.8	10.9	3	46.8	3	5.8	3.4	40.2
	Perú	42.0	13.8	0.6	1.7	1.9	32.3	1.5	7.0	1.0	34.9
	Ecuador	35.7	30.2	1.5	0.4	0	38.6	0.6	6.3	0	32.9
	Paraguay	17.8	11.8	0.2	0.8	1.1	29.0	1.3	17.0	25.3	19.9
	Uruguay	29.1	32.6	0	5.3	3.6	28.8	2.2	5.2	0	38.9
Venezuela	24.6	20.6	1.6	5.2	0	45.4	4.2	5.1	6.5	36.8	
América del Norte	EE.UU	33.2	36.2	3.4	16.7	9.9	42.8	10.6	6.7	2.4	41.3
	Canadá	32.5	45.9	2.9	8.7	12.6	42.8	6.4	5.3	1.6	14.0
	México	28.4	36.0	0.2	3.0	0.4	50.0	5.4	4.2	4.7	29.8
	Otros países América	37.2	18.6	0.6	3.7	2.8	30.7	3.3	12.0	1.1	30.1
Europa	Alemania	26.2	47.2	3.7	12.4	6.0	46.6	10.0	5.4	2.0	21.2
	España	24.9	37.1	4.5	7.4	4.2	43.9	9.7	5.2	1.5	35.1
	Francia	28.7	44.2	4.6	12.1	5.3	52.1	9.0	11.7	0.8	22.1
	Inglaterra	28.9	41.5	5.1	8.3	4.1	51.0	8.1	6.8	17.0	37.9
	Italia	27.0	39.0	5.2	13.0	8.5	45.0	16.0	8.3	1.1	30.0
	Holanda	26.6	39.6	0	14.4	14.6	44.5	13.3	10.7	0	38.2
	Bélgica	35.7	43.7	1.0	3.1	6.4	46.7	12.8	8.8	0.3	29.8
	Suecia	42.9	58.8	1.3	5.8	6.2	50.5	7.9	12.3	0.6	25.4
	Suiza	28.7	37.4	0.1	6.2	6.8	51.4	5.0	7.2	3.6	24.4
	Otros países Europa	32.9	35.6	4.8	13.1	45.9	10.6	1.3	10.2	4.9	31.6
Otros	Australia	33.6	47.7	13.4	19.5	20.6	50.3	20.0	6.5	1.1	22.7
	Asia	18.0	38.0	2.4	38.0	14.0	28.0	6.1	3.6	3.8	26.0
	Resto del mundo	28.8	29.9	3.5	6.0	0.7	34.5	3.7	7.0	2.1	33.5
Total	41.5	21.0	2.0	5.4	3.4	30.3	4.0	5.2	3.4	33.9	

Fuente: SERNATUR, 2000.

Nota: los valores no suman 100% porque un turista puede haber desarrollado más de una actividad.

Cuadro 19

**PRIORIDAD ASOCIADA A LAS ACTIVIDADES VACACIONALES, POR GRUPOS DE TURISTAS
LLEGADOS A CHILE, 2000**

	Sudamérica	Norteamérica	Europa	Australia	Asia	Resto del mundo
Actividades de playa	medio-alto	medio-medio alto	medio	medio-alto	medio-bajo	medio
Visita parques o reservas nacionales	medio bajo-medio	medio-alto	medio-medio alto	alto	medio-alto	medio
Pesca deportiva	Bajo	bajo	bajo	medio-bajo	bajo	bajo
Deporte de montaña	Bajo	bajo-medio bajo	bajo	medio-bajo	medio-alto	bajo
Otros deportes de aventura	Bajo	bajo	bajo	medio	medio-bajo	bajo
Visita lugares históricos	Medio	alto	alto	alto	medio	medio-alto
Cruceros y excursiones náuticas	Bajo	bajo	bajo-medio bajo	medio-bajo	bajo	bajo
Fiestas / eventos artísticos	bajo	bajo	bajo	bajo	bajo	bajo
Eventos deportivos	Bajo	bajo	bajo	bajo	bajo	bajo
Otras sin especificar	medio-medio alto	medio-medio alto	medio - bajo	medio	medio	medio-alto

Clasificación utilizada

0 - 10% = bajo
11 - 20% = medio bajo
21 - 30% = medio
31 - 40% = medio alto
41 - > 50% = alto

III. El turismo en la región de Aysén

1. La oferta eco-turística

Como ya se comentara anteriormente, la región de Aysén posee poco más de 5 000 000 hectáreas pertenecientes al Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado (SNASPE). En ellas se encuentran ubicados 5 parques nacionales de gran relevancia: el Queulat con 154 100 ha, Isla Magdalena con 157 100 ha, Isla Guamblin con 10 625 ha, Laguna San Rafael con 1 742 000 ha, y Bernardo O'Higgins con 921 000 ha. Las reservas nacionales son 2 175 341 ha y posee 409 ha de monumentos naturales. Con esta disponibilidad la región de Aysén está en condiciones de ofrecer una gran variedad de atractivos y actividades para el ejercicio del ecoturismo (cuadro 20).

En vista de estas condiciones, en la región, se pueden distinguir cuatro grandes tipos de productos turísticos,² factibles de desarrollarse requiriendo a su vez, de distintos tipos de actividades, infraestructuras y servicios:

Turismo cultural: referido a aquél que se realiza en un territorio rural o urbano y que implica la puesta en valor de los patrimonios históricos con un fuerte componente etnográfico ecológico. Combina lo natural y lo humano; recursos naturales, actividades tradicionales, recursos culturales y gastronomía.

² EuroChile; Informe Final: Desarrollo del Agroturismo en la XIª región de Aysén, estudio desarrollado para la CORFO de la XIª región de Aysén por la Fundación Empresarial Comunidad Europea, Chile 1998.

Agroturismo: esta modalidad se desarrolla en el territorio rural, en ella se busca compartir las experiencias relacionadas con la actividad humana, etnografía local, las actividades tradicionales, historia, cultura popular, descubrimiento de actividades productivas, tradiciones, gastronomía, entre otras actividades.

Ecoturismo: se relaciona principalmente con la visita de espacios naturales, idealmente sin intervención humana y que posean un alto valor ecológico, recursos naturales en buen estado de conservación. En este tipo de turismo, son importantes en las actividades de descubrimiento, observación, senderismo, de conservación de la naturaleza, entre otras.

Turismo deportivo: desarrollado en un territorio natural, apto para alguna actividad deportiva, utilizando recursos naturales destinados para uso deportivo. Se desarrollan actividades deportivas exclusivamente o combinadas en función del territorio.

Cuadro 20
AYSÉN: ÁREAS SILVESTRES PROTEGIDAS

Nombre de la unidad	Ubicación-comuna	Superficie (Ha)
P.N. Laguna San Rafael	Aysén, Tortel, Cochrane, Chile Chico	1 742 000
P.N. Quelat	Cisnes	154 093
P.N. Isla Guamblin	Cisnes	15 915
P.N. Isla Magdalena	Cisnes	157 640
P.N. Bernardo O'Higgins	O'Higgins, Tortel	921 000
M.N. Dos Lagunas	Coyhaique	181
M.N. Cinco hermanas	Aysén	228
R.N. Lago Rosselot	Cisnes, Aysén	12 732
R.N. Las Guaitecas	Lago Verde	1 097 975
R.N. Lago Carlota	Lago Verde	18 060
R.N. Lago Las Torres	Coyhaique	16 515
R.N. Río Simpson	Coyhaique, Aysén	40 827
R.N. Coyhaique	Coyhaique	2 150
R.N. Cerro Castillo	Coyhaique, Río Ibáñez	139 552
R.N. Lago Jeinimeni	Chile Chico, Cochrane	158 860
R.N. Tamango	Cochrane	6 925
R.N. Katalalixar	Tortel	674 500
R.N. Mañihuales	Coyhaique, Aysén	1 206
R.N. Trapananda	Coyhaique	2 256
Total áreas silvestres protegidas		5 162 615

Fuente: Corporación Nacional Forestal (CONAF) región de Aysén.

Nota: P.N.: Parque Nacional; M.N.: Monumento Nacional y R.N.: Reserva Natural.

Relacionado con lo anterior, si se define a un producto turístico como el conjunto de empresas y servicios que satisfacen una determinada motivación de viaje, es posible considerar que existen algunos servicios que son genéricos para todos los tipos de productos turísticos (alojamiento) y otros que son especializados y que corresponden a los tipos de turismo anteriormente indicados. Los elementos que componen por lo tanto el producto turístico en la XI región son:

- Establecimientos de alojamiento.
- Restaurantes u oferta gastronómica.
- Recursos turísticos donde un paisaje espectacular puede constituir un patrimonio susceptible de ser explotado turísticamente. El hecho de construir un mirador, desde el cual se puede apreciar la belleza del paisaje, constituye una intervención voluntaria del hombre para aprovechar el valor de ese patrimonio, transformándolo en recurso.

- Actividades complementarias: servicios de transporte, arriendo de vehículos, servicios de guías de todo tipo, y la oferta de actividades turísticas.

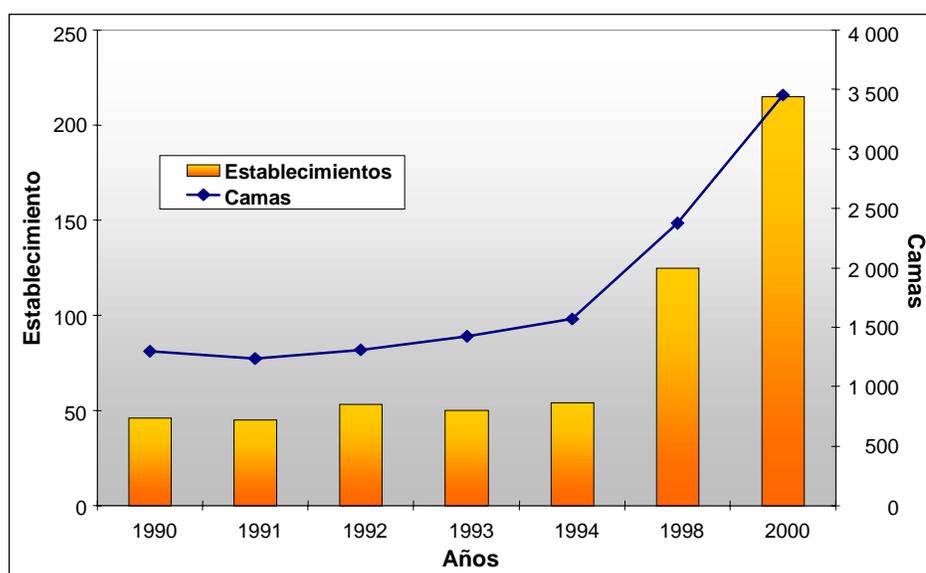
Revisando las cifras de crecimiento de la actividad turística en la región, se puede señalar que entre el año 1990 y el 2000 el número de establecimientos de alojamiento creció a una tasa media anual de 16.7% y el número de camas a una tasa del 10.3%, pasando de 1 299 a 3 449 camas lo que denota un gran dinamismo de esta actividad en la región (cuadro 21 y gráfico 7).

Cuadro 21
AYSÉN: TIPO DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

Tipo	1991	1993	1994	1998	2000
Hotel	11	17	11	23	32
Motel/cabañas	5	4	6	11	48
Aparthotel	0	0	2	1	1
Lodge Pesca	0	0	0	14	14
Residencial	28	14	35	32	42
Hospedajes	0	15	37	44	79
Total	44	50	91	125	215

Fuente: SERNATUR XI región (no se consideraron los años 1996 y 1997 por la poca confiabilidad de los datos).

Gráfico 7
AYSÉN: ESTABLECIMIENTOS Y CAMAS DISPONIBLES, 1990-2000



Fuente: SERNATUR región de Aysén.

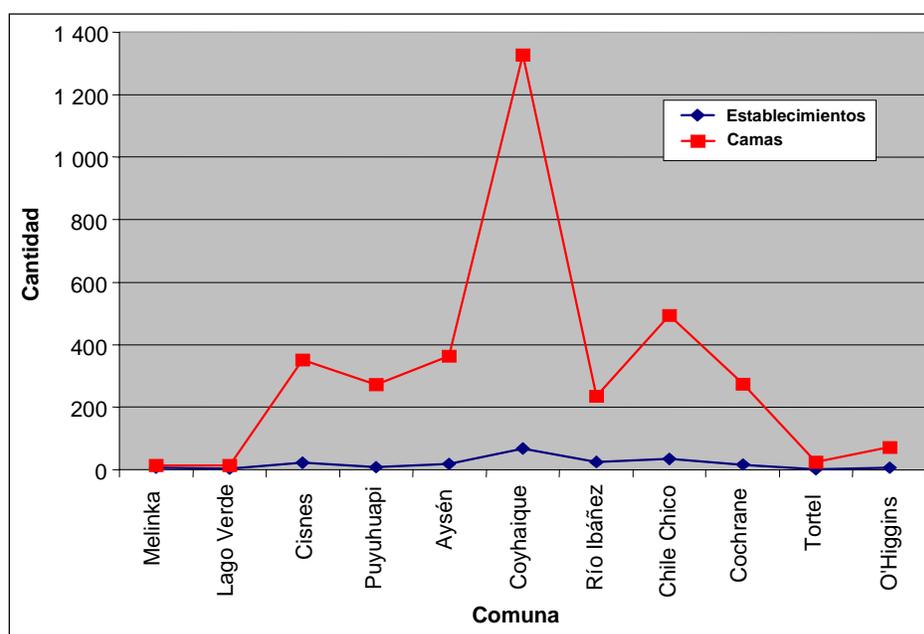
En relación con lo anterior, un fenómeno interesante de resaltar es la aparición, a mediados de los noventa, de un nuevo tipo de establecimiento como son los “*lodge* de pesca” que comienzan a explotar un nuevo tipo de turismo de altos ingresos como son los de los pescadores de pesca deportiva o “*fly fishing*” que incursionan en la pesca del salmón y trucha en la modalidad de “*catch and release*”.

Como se puede observar, los *lodge* de pesca ya totalizan 14, tendencia que seguramente se seguirá incrementando. Estos son la expresión de un tipo específico del turismo de intereses

especiales, actividad que requiere de una gran especialización y al mismo tiempo cumplir con altos estándares de calidad.

En cuanto a su distribución territorial, la oferta de alojamiento turístico en la región es bastante dispersa (gráfico 8 y cuadro 22). Se evidencia, que existe una mayor oferta de establecimientos, particularmente en el centro más poblado de la región que es la ciudad de Coyhaique (la cual dispone de 69 establecimientos con 1 328 camas). En este contexto, destaca la situación de la comuna de Chile Chico, que a pesar de no tener una gran población, ha experimentado un gran desarrollo turístico (con 36 establecimientos con 495 camas), particularmente en las localidades de Puerto Guadal, Puerto Bertrand y Puerto Tranquilo, zonas colindantes con el Lago General Carrera que recientemente han sido declaradas Zona de Interés Turístico por parte del SERNATUR

Gráfico 8
AYSÉN: DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO (NORTE-SUR)



Fuente: SERNATUR región de Aysén.

Hacia los extremos norte y sur de la región, la infraestructura turística es menor pero en la medida que mejoren las comunicaciones con los centros poblados de mayor importancia, se podría augurar un mayor desarrollo turístico de esas zonas. En cuanto al tipo de establecimiento, se puede destacar la existencia de una mayor cantidad de hoteles, hospedajes y cabañas en Coyhaique, mientras que la mayoría de los *lodges* de pesca se encuentran cercanos a Chile Chico, en especial en las localidades ya señaladas. Sólo las residenciales y hospedajes se localizan en casi todas las comunas.

En términos generales se puede decir, que existe una tendencia a la “centralización” geográfica de los establecimientos, ya que éstos se encuentran en mayor cantidad hacia la capital de la región y en sectores con mayor conexión vial y de líneas de comunicación. En las zonas más remotas solamente existe una oferta turística con un desarrollo muy incipiente, tanto en cantidad, como en cuanto al tiempo de existencia de las empresas. A medida que se va conectando la carretera austral, la cual se ha construido durante los últimos años hacia el sector sur de la región, con las diferentes comunas, éstas también se comienzan a abrir al desarrollo turístico en esas zonas.

Cuadro 22

AYSÉN: NÚMERO Y TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS Y NÚMERO DE CAMAS POR COMUNAS

Comunas		Cabañas	Deptos.	Hospedaje	Hotel	Lodges	Residencial	Total general
Melinka	Camas	-	-	15	-	-	-	15
	Establ.	-	-	7	-	-	-	7
Lago Verde	Camas	-	-	14	-	-	-	14
	Establ.	-	-	3	-	-	1	4
Cisnes	Camas	158	-	61	59	-	74	352
	Establ.	7	-	9	3	-	4	23
Puyuhuapi	Camas	55	-	32	155	-	30	272
	Establ.	1	-	3	4	-	1	9
Aysén	Camas	28	-	91	194	-	51	364
	Establ.	3	-	6	5	-	4	18
Coyhaique	Camas	420	10	286	371	51	190	1 328
	Establ.	17	1	24	11	5	11	69
Río Ibañez	Camas	30	-	76	28	-	102	236
	Establ.	5	-	10	1	-	8	24
Chile Chico	Camas	96	-	80	131	120	68	495
	Establ.	7	-	11	6	8	4	36
Cochrane	Camas	106	-	16	47	-	106	275
	Establ.	6	-	2	2	-	6	16
Tortel	Camas	-	-	10	-	-	15	25
	Establ.	-	-	2	-	-	1	3
O'Higgins	Camas	21	-	18	-	-	34	73
	Establ.	2	-	2	-	-	2	6
Total	Camas	914	10	699	985	171	670	3 449
	Establ.	48	1	79	32	13	42	215

Fuente: SERNATUR región de Aysén, 2001.

Nota: no incluye Camping.

Otras actividades características del turismo

En cuanto a gastronomía, el gráfico 9 muestra que la mayoría de los establecimientos de servicios se concentran en Coyhaique y Aysén, ambos centros de recepción de turistas en la región.

En otro orden de cosas, en la región existen 12 *pubs*, la mayoría de éstos en Coyhaique, 8 discotecas, también la mayoría en Coyhaique, tres centros deportivos, también en Coyhaique y una sala de teatro (Coyhaique).

En total existen 14 agencias de viajes, de las cuales 11 también se localizan en Coyhaique.

La oferta de ventas de artesanía, se encuentra algo más distribuida ya que existen 28 empresarios que cuentan con talleres o puestos de venta, 11 de éstos en Coyhaique, 6 en Chile Chico, tres en Puerto Cisnes y tres en Puerto Ibañez. Los demás se encuentran en las comunas de Melinka, Puyuhuapi y Cochrane.

En total es posible encontrar 19 empresas que se dedican al alquiler de vehículos, de las cuales 15 están en Coyhaique. Existen dos líneas aéreas que dirigen sus vuelos nacionales al aeropuerto Balmaceda (Lan Chile y próximamente *Sky Airlines*) y 5 empresas que realizan vuelos regionales y chárter, también localizadas en Coyhaique y una de ellas en Puerto Aysén.

Siete empresas de transporte realizan viajes por vías de navegación a aguas interiores, 6 de éstas en Coyhaique y una en Villa O'Higgins.

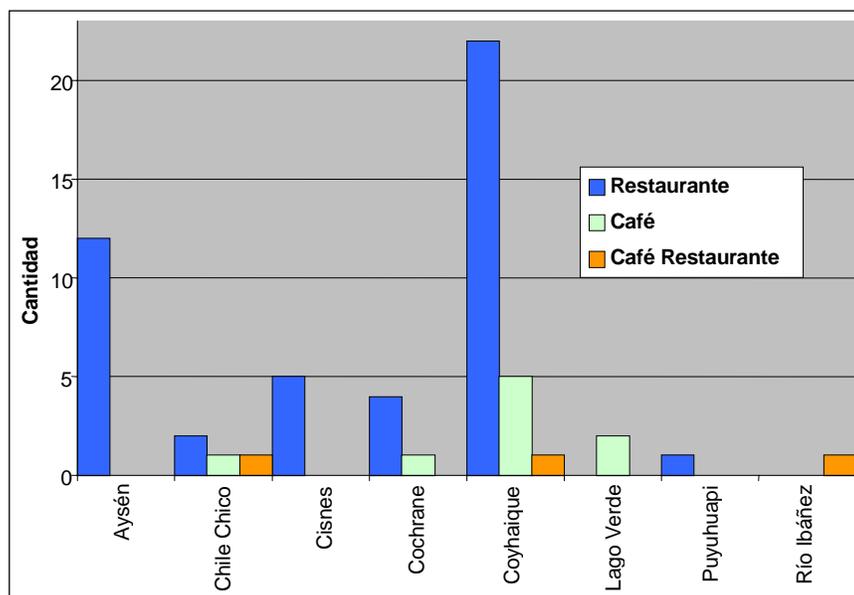
Existen 30 empresas que se dedican al transporte de pasajeros por vía terrestre, de éstas 17 en Coyhaique, 7 en Chile Chico, dos en Cochrane y La Junta respectivamente. Empresas que realizan un servicio de enlace con el aeropuerto hay diez, 5 en Coyhaique y 5 en Puerto Aysén.

Además hay 5 empresas que se dedican a viajes especiales, todas localizadas en Coyhaique.

Cabe destacar, que existen numerosos guías de turismo especializados en distintas materias en la región, sin embargo, en la actualidad no existe un registro oficial de los mismos.

Gráfico 9

AYSÉN: ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS GASTRONÓMICOS



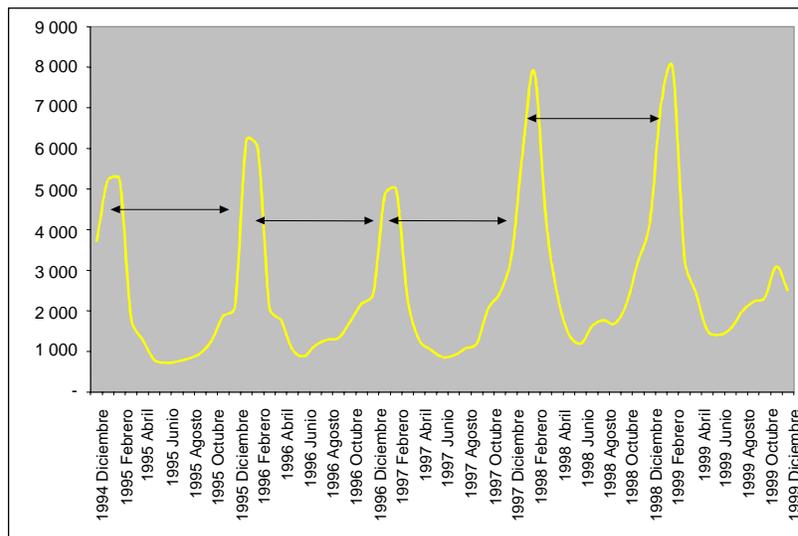
Fuente: SERNATUR región de Aysén

2. Estacionalidad del turismo

Un aspecto que es importante destacar, está referido, a la estacionalidad que presenta la llegada de turistas a la región. Este fenómeno, que acompaña a la región por sus propias características climáticas, y que tiende a concentrar la llegada de turistas en los meses de verano, comienza a presentar una evidencia de tímido cambio la que, sin embargo, aún no es suficiente para revertir esta tendencia en el mediano plazo.

Si se observa en el gráfico 9 se puede advertir los máximos de demanda que se producen en los meses de enero y febrero en distintos años los cuales siguen siendo muy acentuados.

Gráfico 10
AYSÉN: PASAJEROS LLEGADOS A ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS, 1987-1999



Fuente: INE.

Por otra parte, al estimar la kurtosis³ de la distribución mensual de pasajeros llegados a establecimientos de alojamiento turístico de Aysén en muestras anuales (entre los meses de julio a junio de cada año) se puede observar que su tendencia lineal ha sido decreciente entre los años 1987 y 1999, (como se muestra en el gráfico 10). De igual manera, si se compara esta información con las tasas de crecimiento mensuales que se muestran en el cuadro 23 se pueden detectar dos situaciones: la primera, en la cual en el período de largo plazo que va desde 1987 a 1999, la tasa promedio anual de crecimiento de turistas sigue siendo mayor en los meses de enero y febrero; y una segunda, en que si las tasas se calculan para el período 1995-1999 las tasas de crecimiento de turistas son mucho más altas en los meses de julio, agosto y septiembre. Todo lo anterior, sin ser hechos muy contundentes todavía, hacen abrigar esperanzas de que pudiera comenzar a producirse una leve, y ojalá sostenida desestacionalización de la demanda turística en la región, lo que determinaría una mucho mejor sostenibilidad del negocio en el futuro.

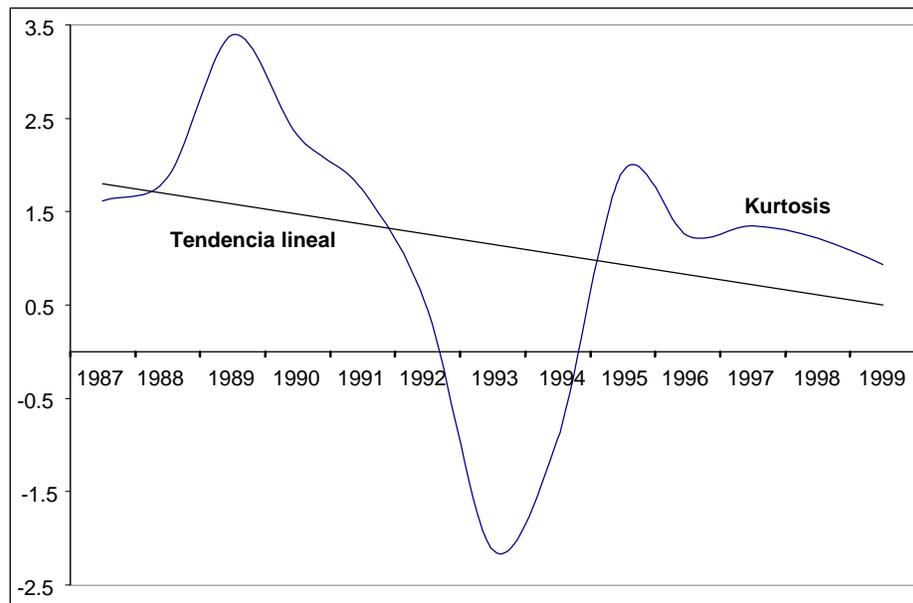
Cuadro 23
AYSÉN: TASAS DE CRECIMIENTO LLEGADA PASAJEROS A ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

Mes	1987/99	1999/95
Enero	14.3%	8.0%
Febrero	16.9%	11.0%
Marzo	11.2%	16.4%
Abril	11.6%	17.3%
Mayo	9.5%	17.4%
Junio	10.2%	18.0%
Julio	8.9%	20.0%
Agosto	11.3%	24.5%
Septiembre	13.9%	23.8%
Octubre	12.1%	16.1%
Noviembre	13.1%	13.2%
Diciembre	12.5%	4.7%

Fuente: INE.

³ El indicador de kurtosis señala cuán plana o irregular (aguda) es una distribución, comparándola con una distribución normal. Una kurtosis positiva indica una distribución con muchos *peaks* y/o valles. Una kurtosis negativa indica una distribución relativamente plana.

Gráfico 11

AYSÉN: KURTOSIS, DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE PASAJEROS LLEGADOS, 1987-1999

Fuente: elaboración propia en base a datos del INE.

3. El ingreso a las áreas silvestres protegidas

Las Áreas Silvestres Protegidas (ASP) constituyen uno de los más importantes atractivos turísticos de la región, por lo que son visitadas anualmente por una gran cantidad de turistas. La cantidad de visitantes a las ASP ha aumentado en los últimos años constantemente, con un crecimiento de un 7.8 % promedio durante los años 1996–2000, período en el cual la cantidad de visitantes extranjeros ha aumentado constantemente, mientras que los visitantes chilenos presentan una mayor variabilidad. Las áreas más visitadas son sin duda la Laguna San Rafael (visitantes por embarcaciones), el Parque Nacional Queulat y la Reserva Nacional Coyhaique. Las demás áreas en la actualidad tienen pocos visitantes, lo que se debe principalmente a la falta de información, deficiencia de infraestructura al interior de las unidades y problemas en los accesos.

En el cuadro 24 y el gráfico 11 se presentan datos de los visitantes ingresados a las ASP, puede observarse que entre el año 1999 y 2000 hubo una baja en las visitas, hecho que puede estar relacionado con el clima adverso de esa temporada alta, lo que complicó los problemas de accesibilidad y realización de actividades en las unidades. A pesar de esto, el número de los visitantes hacia la Laguna San Rafael (embarcaciones) aumentó durante el mismo tiempo.

Cuadro 24
NÚMERO DE VISITANTES EN ÁREAS SILVESTRES PROTEGIDAS

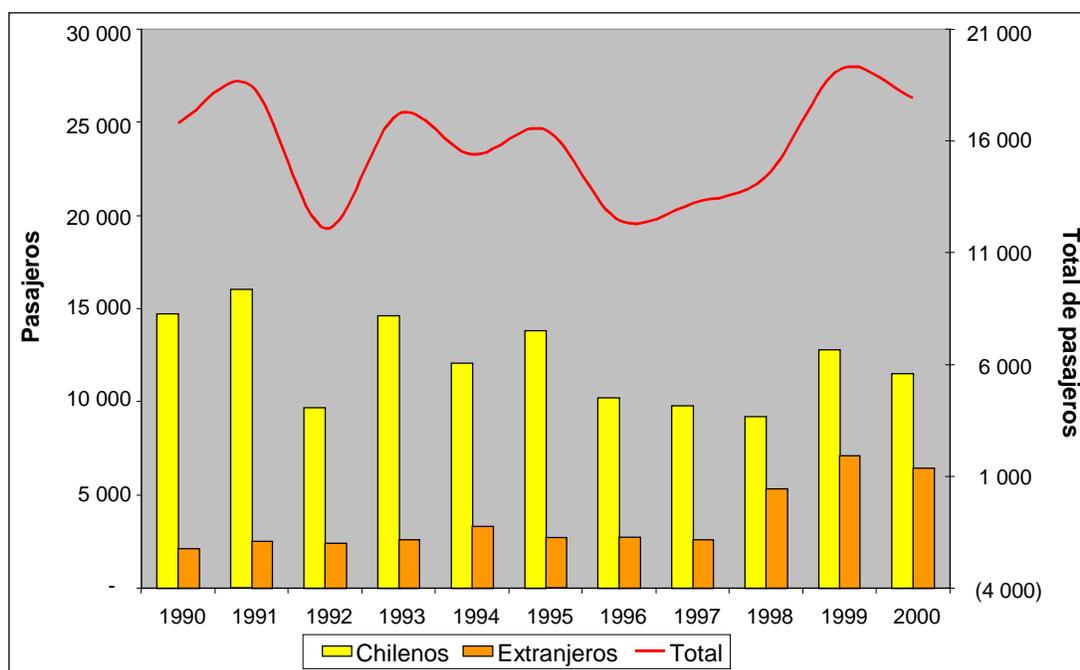
(Por unidad)

Área	1996	1997	1998	1999	2000
Laguna San Rafael (tierra)	16	179	1 998	488	317
Laguna San Rafael (mar) ^a	7 980	10 080	9 720	11 100	13 860
Queulat	4 134	3 743	3 057	5 262	2 317
Mañihuales	1 370	748	597	857	642
Coyhaique	4 004	4 958	5 026	5 357	3 922
Lago Las Torres	0	0	0	425	1 043
Lago Jeinimeni	310	226	203	234	526
Cerro Castillo	105	65	26	152	182
Río Simpson	1 966	2 688	4 643	5 844	4 311
Dos Lagunas	343	335	288	451	643
Tamango	192	276	253	114	459
Total	20 420	23 298	25 811	30 284	28 222

Fuente: CONAF.

^a Estimación.

Gráfico 12
AYSÉN: VISITANTES INGRESADOS A LAS ÁREAS SILVESTRES PROTEGIDAS, 1990-2000

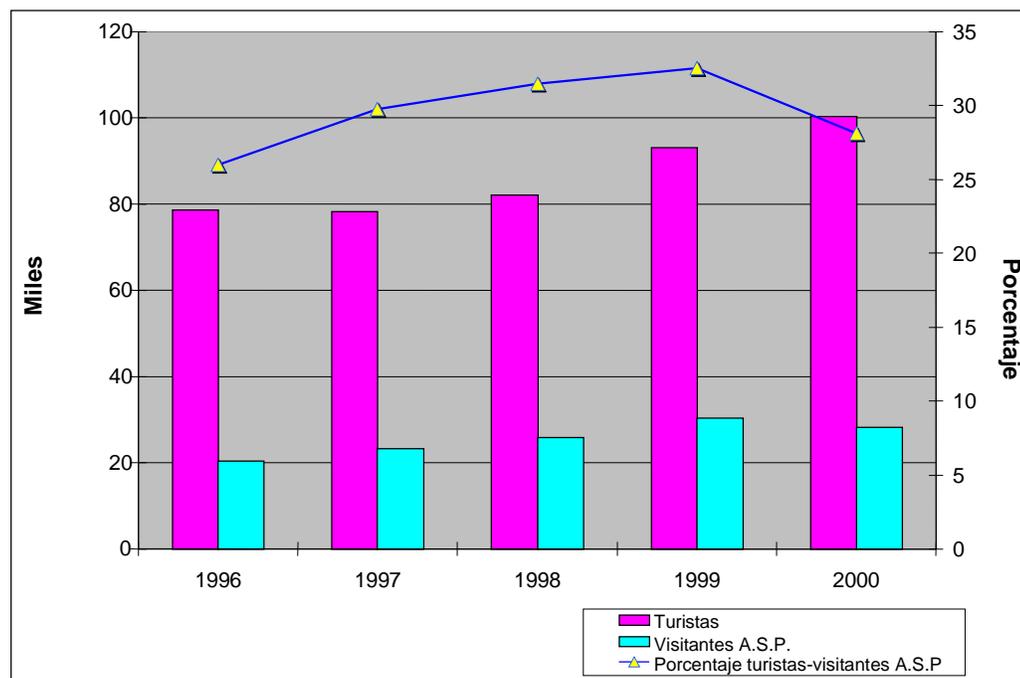


Fuente: INE-SERNATUR.

Nota: no se consideran los pasajeros en embarcaciones a la Laguna San Rafael.

En definitiva, se puede estimar que de los turistas que ingresan a la región aproximadamente un tercio (entre 27% a 33% del total) visitan las áreas silvestres protegidas (gráfico 12).

Gráfico 13

AYSÉN: RELACIÓN TURISTAS-VISITANTES EN ÁREAS SILVESTRES PROTEGIDAS

Fuente: CONAF, 2001, adaptación propia.

Nota: estos datos consideran los visitantes hacia la Laguna San Rafael por las embarcaciones (estimación), cabe mencionar que un porcentaje considerable de éstos provienen de la Xª región, desde donde se embarcan.

De la información proporcionada, se desprende, por lo tanto, que la región tiene una fuerte vocación turística relacionada con el eco-turismo y, en general, con el turismo de intereses especiales asociado con ciertas actividades específicas que privilegian la naturaleza como centro de su accionar.

4. Naturaleza, productos turísticos y desarrollo local

Las actividades turísticas realizadas en la región están todas directa o indirectamente relacionadas con la naturaleza y el medio ambiente, que en este caso representan la base para su desarrollo, lo que lleva a la conclusión de que según los enunciados que se hacían anteriormente, el turismo en la región de Aysén tiene, sin dudas, la característica explícita de ecoturismo. Por lo tanto, en la medida que éste es su gran potencial, será la naturaleza la que siempre estará en el centro del “negocio” de esta actividad.

En definitiva el patrimonio turístico de la región está constituido por el conjunto de elementos materiales e inmateriales a disposición del hombre, que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación para satisfacer sus necesidades turísticas, y, en este sentido, el gran patrimonio turístico de Aysén es su **naturaleza**, el mismo que, sin embargo, presenta todavía un grado de transformación muy bajo, lo que implica niveles de explotación básicos, intensivos, poco estructurados y con escaso valor agregado para el turista. A pesar de ello, se ha avanzado mucho en el último tiempo como se desprende, al menos, de la evolución de la infraestructura hotelera que se comentaba anteriormente.

En términos generales, algunas de las principales características del eco-turismo y que es necesario tener en cuenta a la hora de diseñar estrategias de desarrollo territorial que basen, en parte, su dinamismo económico en el mismo, son las siguientes:

a) Se trata actividades en las cuales la motivación principal es la observación y la apreciación de la naturaleza así como las culturas tradicionales de las áreas naturales, donde por lo tanto la gente del lugar y la cultura del mismo son elementos importantes a considerar, y que es justamente lo que en sus diversas formas puede ofrecer la región.

b) Se trata normalmente de actividades organizadas para pequeños grupos por pequeñas empresas especializadas de propiedad local, donde operadores externos de varios tamaños también organizan, operan y promocionan tours para grupos pequeños. Es decir, está concebido como una actividad no masiva, sin perjuicio de que pueda ser numerosa en términos de la cantidad de grupos que se reciben, pero donde la orientación y guía de los turistas es un aspecto importante del proceso.

c) En forma importante, por lo tanto, se procura minimizar el impacto sobre el medio ambiente natural y cultural. Consecuentemente, al plantearlo en esta forma se favorece la protección de las áreas naturales y la participación de la comunidad en su desarrollo.

d) Por lo tanto, este tipo de turismo, no masivo y fuertemente organizado en torno a pequeñas y medianas empresas refuerza una característica adicional de esta actividad que es la de estar fuertemente vinculada a procesos de desarrollo local en que los frutos del crecimiento de la misma son retenidos principalmente por operadores locales de la región y en la región.

En términos de los propósitos aquí planteados, el ecoturismo puede entonces proponerse una serie de objetivos que refuerzan a esta actividad como una en la cual la misma puede contribuir en forma decisiva a las aspiraciones de desarrollo de las comunidades regionales y locales ya que se espera que la misma pueda:

- (i) generar beneficios económicos a las comunidades, organizaciones empresariales y entidades públicas que manejan las áreas naturales con propósitos de conservación;
- (ii) entregar oportunidades de empleo e ingresos a las comunidades locales;
- (iii) aumentar la preocupación por la conservación del patrimonio ambiental.

En este contexto, hay distintos productos turísticos que se pueden impulsar en la región, algunos que cumplen mejor estos propósitos y otros, que siendo de características empresariales que requieren mayores grados de desarrollo y de inversión, sería también conveniente que incorporaran algunos de los criterios recientemente mencionados.

Algunos de los productos de mayor potencial para el desarrollo del turismo en la región de Aysén son aquellos en que se podría competir a nivel mundial con menores costos y con un producto de mejor calidad, distintivo y novedoso. Siendo más específicos, algunos de los más importantes productos en los que la región ha incursionado y puede seguir haciéndolo con mayor dedicación, son los siguientes:

a) **Pesca deportiva:** Chile y en especial la región de Aysén están llamados a convertirse en uno de los destinos más importantes en el hemisferio sur para la pesca deportiva, siendo la modalidad *catch & release* una de las que presenta las mejores condiciones. Lenta pero consistentemente ha crecido el desarrollo de servicios constitutivos de la actividad. El transporte, alojamiento, servicios alimentarios, disponibilidad de guías expertos, tiendas especializadas en pesca, entre otros servicios, hoy son más fáciles de encontrar tanto en el país como en la región de Aysén. La región de Aysén, presenta notables ventajas para la práctica liviana del turismo de aventura y especialmente para la pesca deportiva. Ante una demanda mundial y nacional alta y creciente, la región ofrece una enorme riqueza en ríos, lagos y lagunas con especies salmonídeas de alto valor deportivo. Esta industria, en dinámico desarrollo ha contribuido, en los últimos diez años, de manera importante al crecimiento regional con aporte de divisas y generación de empleo y ha

participado vigorosamente en el fortalecimiento de la imagen regional y su avenimiento como destino turístico de selección para los miles de amantes de esta práctica deportiva.

b) Turismo naturaleza: como ya se ha señalado la región tiene numerosos lagos, ríos y lagunas ricas en ictiofauna, constituyendo un ambiente ideal para actividades de ecoturismo, pesca deportiva y actividades turísticas conexas y fuertemente vinculadas a los recursos escénicos como senderismo, avistamiento de avifauna, cabalgatas, cicletadas y campismo. Otro tanto acontece con los recursos hidrobiológicos que presentan notable aptitud para actividades como *rafting*, canoismo, *kajak*, camping de rivera, entre otras. El desarrollo y la intensificación de las actividades en parques tendría un favorable efecto sobre la economía de la población rural periférica a estos territorios, constituida por centenares de familias campesinas, minifundios y pequeñas propiedades, que han ido agotando sus recursos productivos, asociados principalmente al bosque nativo en la elaboración de leña y carbón. Las actividades centrales a desarrollar se desenvuelven en los parques nacionales, las reservas y predios fiscales y las áreas privadas que los propietarios quieran disponer para este tipo de actividad. Dentro de los objetivos que se pueden proponer, se busca fomentar y posicionar nuevas formas de turismo regional caracterizados por el involucramiento activo del visitante a las características del entorno. Tal es el caso del esquí, *snowboard*, *trekking* de media montaña, pesca deportiva, deportes náuticos como *rafting*, *kajak* y velerismo, termas, navegación, observación de flora y fauna, safaris fotográficos y avistamiento de aves, entre otros.

c) Navegación turística: además de la navegación turística asociada a grandes cruceros que desde hace menos de una década comenzó una espiral creciente de llegada de naves a Sudamérica, en la región cobran particular importancia la navegación por los fiordos y canales que también presentan un gran potencial. En cuanto a la primera, la de grandes cruceros, en la región también se están produciendo detenciones en puertos (particularmente en Chacabuco), que permite que miles de visitantes, de alto poder adquisitivo, desembarquen. Durante las detenciones, de una duración promedio de 12 horas, estos turistas internacionales, recorren las ciudades y alrededores demandando una enorme diversidad de servicios y productos tales como artesanías y recuerdos, gastronomía, servicios de comunicación, venta de expediciones, guías profesionales, servicios de cambio de moneda, etc. Estos “puertos emergentes” necesitan adecuar su oferta turística y sus facilidades e infraestructura de acogida para estos pasajeros, en la medida que se pueda efectivamente establecer alguna regularidad en la llegada de los barcos y que la demanda que se genera así lo posibilite.

d) Servicios asociados al turismo: los servicios asociados constituyen en términos generales infraestructura en la región, como son: plantas físicas para servicios financieros, supermercados, tour operadores, servicios de transporte y de comunicación, los cuales, que de acuerdo a las necesidades de los turistas, deben cumplir con una serie de condiciones y requisitos. Coyhaique es el centro urbano de mayor importancia y a la vez la capital de la región que en conjunto con las localidades de Puerto Chacabuco, Puerto Aysén y Balmaceda, constituyen el portal de entrada a la región para la mayoría de los turistas. En la actualidad es allí donde se encuentra la mayoría de los empresarios turísticos que ofrecen sus distintos servicios desde alojamiento hasta la organización de tours, gastronomía y artesanía entre otros, además de encontrarse las instituciones del sector público y la mayor acumulación en servicios de telecomunicación, financieros, comerciales, publicidad e información turística, transporte, logística, culturales y de salud, entre otros. El desafío de los próximos años será fortalecer la oferta turística de los servicios por medio del mejoramiento, adaptación y complementación de la oferta a las demandas de servicios de los turistas, del mejoramiento al acceso a la información respecto de las oportunidades y atractivos de la región en general y de la ciudad y su entorno específicamente.

En definitiva, el desarrollo del turismo en la región para que sea sustentable, sostenible y equitativo requiere de la participación activa de los distintos agentes locales, públicos y privados, comunidad organizada y gremios diversos, todos los cuales pueden hacer de esta actividad un motor de desarrollo para la región. En particular, se requiere de una buena organización empresarial que comprenda la importancia de la asociatividad para impulsar con posibilidades de éxito este negocio, en particular cuando el mismo está en manos principalmente de pequeñas y medianas empresas, que es lo que se explora en el capítulo que viene a continuación.

IV. Un *cluster* eco-turístico como alternativa de desarrollo empresarial y del turismo en la región de Aysén

1. Importancia del sector en la región y tamaño de las empresas: antecedentes para el desarrollo de un *cluster* eco-turístico

Según datos del trimestre abril-junio del 2000, la región de Aysén contribuyó con 36 690 empleos al empleo total del país, lo que significa el 0.7% del empleo nacional.

En lo que se refiere, exclusivamente a las actividades características del turismo, éste contribuye, a nivel nacional con el 3% del empleo nacional en temporada alta y con el 2.8% en temporada baja (cuadro 25).

En la región de Aysén, por otra parte, con 2 839 empleados en temporada alta, el sector turístico representa el 7.7% del empleo regional en temporada alta y el 6% en temporada baja. Es decir, en términos de empleo, el turismo en la región tiene una participación que equivale a más del doble que la que éste tiene a nivel nacional. Dado que en el país el turismo participa con el 3.0% del empleo total y con el 4.1% del valor agregado en temporada alta, se podría inferir que

el turismo en la región representa en torno al 10% del PIB regional, constituyéndose en una actividad emergente de creciente importancia.

Cuadro 25
OCUPADOS EN ACTIVIDADES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO, 1999

(Número de personas)

Chile	Temporada alta	Temporada baja	Baja/alta
Actividades turísticas en el país	159 185	143 910	90.40%
Porcentaje del empleo nacional	3.00%	2.80%	
Región de Aysén	2 839	2 151	75.80%
Porcentaje del empleo regional	7.70%	6.00%	
Actividades turísticas en Aysén	Temporada alta	Temporada baja^a	Estructura
1. Hoteles y otros alojamientos	356	269	12.50%
2. Restaurantes y similares	1 042	789	36.70%
3. Transporte vía terrestre	81	62	2.90%
4. Transporte navegación interior	61	45	2.10%
5. Transporte vía aérea	16	13	0.60%
6. Agencias y organizadores de viajes	184	140	6.50%
7. Alquiler de automóviles	56	43	2.00%
8. Recreación y esparcimiento	158	120	5.60%
9. Comercio turístico	885	669	31.10%
10. Artesanía (centro artesanal)	0	0	0.00%
Total	2 839	2 151	100.00%

Fuente: SERNATUR, "Turismo y Empleo en Chile", Santiago, diciembre de 1999.

^a Elaboración propia manteniendo porcentaje baja sobre alta temporada.

Por otra parte y combinando información de distintas fuentes se puede inferir que el tamaño de las empresas más representativas del sector turístico en la región de Aysén son casi exclusivamente empresas de pequeño tamaño, como se muestra en el cuadro 26.

Cuadro 26
AYSÉN: TAMAÑO DE EMPRESAS CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO

Subsectores	Nº establecimientos ¹	Empleo ²	Tamaño (En empleos)
Servicio de alojamiento	124	355	2.86
Servicio gastronómico	93	1 042	11.20
Agencias de viaje	19	185	9.73
Total	236	1 582	6.70

Fuente: ¹SERNATUR regional; ² SERNATUR, "Turismo y Empleo en Chile" (op.cit.).

Es decir, las empresas del sector turismo en la región son normalmente pequeñas empresas, ya que las mismas, en promedio, emplean no más de 7 empleados por establecimiento (cuadro 26). Esto, por una parte, confirma los dichos anteriores, en el sentido de que el eco-turismo es normalmente una actividad desarrollada por pequeñas y medianas empresas. Pero, al mismo tiempo, pone un llamado de atención en el sentido de que para que las mismas puedan cumplir cabalmente su papel, en términos de eficiencia y éxito competitivo, requieren de estrategias especiales que aseguren su sobrevivencia y permanencia en el tiempo.

Para ponerlo en otros términos, en un mundo crecientemente globalizado, para que las pequeñas empresas puedan ser más competitivas, es fundamental desarrollar relaciones de colaboración entre ellas y promover mecanismos de apoyo público que las ayude a salir adelante. Es decir, se requiere impulsar la asociatividad y la articulación público privada para que el sector pueda tener posibilidades de éxito. Y esta articulación es lo que se pretende alcanzar mediante el

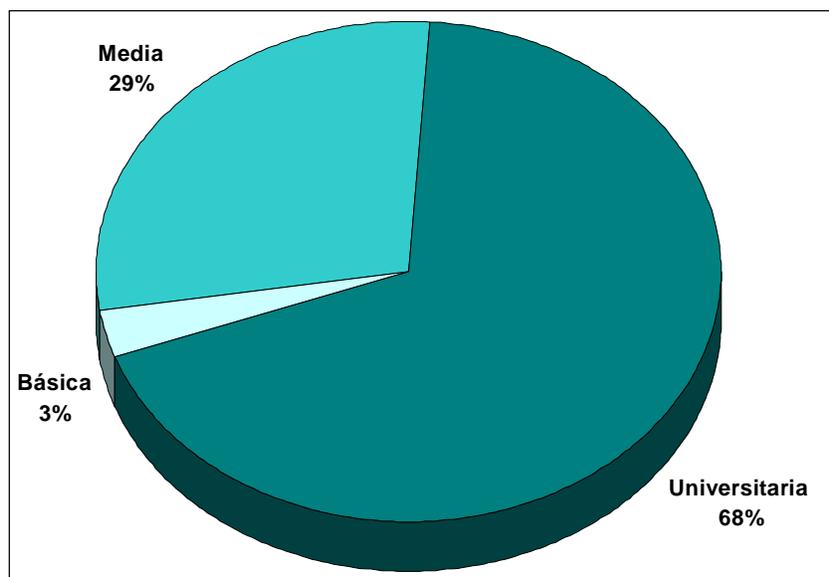
impulso de modalidades de creciente estímulo a una política explícita de desarrollo de un *cluster* de producción de servicios turísticos avanzados.

2. Mercado objetivo y especialización

Como ya se ha comentado, el turismo en la región de Aysén ha experimentado un importante desarrollo en los últimos años, situación que se refleja en un crecimiento de la oferta disponible para satisfacer cada segmento de demanda.

Existen variadas evidencias que permiten señalar que el desarrollo del turismo en la región, se ha fundamentado principalmente en el crecimiento experimentado por las actividades ecoturísticas y/o de turismo de naturaleza. Como ya se señalaba, dadas las propias características del producto turístico existente y las condiciones en que se encuentra la región en términos de intervención humana, se presenta una importante limitante para el desarrollo del turismo masivo. Esto la hace ser un destino apreciado por los turistas que disfrutan de este tipo de condiciones naturales.

Gráfico 14
AYSÉN: NIVEL DE INSTRUCCIÓN TURISTAS



Fuente: "Análisis y Caracterización de la Demanda Turística para la XI región de Aysén-Chile", Instituto de Turismo, Universidad Austral de Chile, 1998.

Obviamente, las características de los turistas llegados a Aysén guardan relación con las características del producto que ofrece el turismo de naturaleza, ecoturismo y/o turismo de intereses especiales. En este sentido, la importancia que reviste para la región, el crecimiento del turismo sustentado en actividades de naturaleza, está dada por las condiciones en que éstas se desarrollan; lo que debiera determinar un fuerte incentivo de parte de los empresarios turísticos para conservar y proteger este patrimonio natural.

Por otro lado, los turistas que demandan este tipo de actividades, son personas que por lo general cuentan con un mayor nivel educacional (ver gráfico 14), factor que hace más fácil el desarrollo de actividades que no generen daños al entorno. Al mismo tiempo, estos turistas disponen de mayores ingresos posibilitando un mayor gasto en su estadía, lo que a la vez permite el

desarrollo de productos con un mayor valor agregado (como servicios de alta cocina, excursiones de pesca con mosca, etc.).

El “Estudio de análisis de la demanda de la región de Aysén”,⁴ aplicada en el verano de 1998, entrega antecedentes sobre las características, que presentaron los turistas que ingresaron a la región de Aysén en temporada estival. Entre ellas, se puede mencionar por ejemplo, que el presupuesto grupal total en promedio ascendió a \$ 304 540 (cifra para diciembre de 1998), para un período de permanencia medio de 7.9 días; siendo a su vez, el gasto promedio diario per cápita de US\$ 40 de 1998.

En la actualidad, es difícil encontrar facilidades que permitan el desarrollo de un turismo masivo en la región ya que, factores como la lejanía relativa a los centros poblados del país, dificultad y mayor costo en el transporte, además de la ausencia, de algunos atractivos comunes a los productos turísticos masivos (como el sol en abundancia, la existencia de playas, una amplia disponibilidad de diversión nocturna, un clima más benigno, entre otros) probablemente determinan que el turista que llega a la región es aquél que busca otro tipo de características distintivas en el lugar que visita. La no existencia de los atractivos típicos de un destino turístico popular y las dificultades señaladas, podrían hacer dudar sobre el destino turístico natural de la región al configurarse estos factores en sus principales debilidades. Sin embargo, esta situación es a la vez una gran oportunidad para diferenciar este producto del consumo masivo, generar valor agregado y obtener mayores beneficios por la vía de la oferta de un turismo de intereses especiales que se basa en la venta de “experiencias memorables”.

Cuadro 27
COSTO APROX. TRANSPORTE DESDE SANTIAGO
(Cifra en US\$)

Destino	Total	Per cápita
Rancagua	12	3
Talca	36	9
Chillán	48	12
Temuco	92	23
Pucón	107	27
Osorno	128	32
Puerto Montt	145	36
Castro	161	40
Coyhaique	204	51
Chile Chico	216	54

Fuente: elaboración propia.

Nota: Pesos de enero 2002. Considera sólo el gasto en peaje y combustible. Vehículo con 4 personas.

Otro factor que incide en la diferenciación de la región de Aysén como destino turístico, está en relación al costo de llegada a la región. Sólo en términos del valor aproximado por persona de llegar a la región por la vía aérea es de US\$ 150⁵ en promedio y por la vía terrestre el costo de llegar hasta Coyhaique, asciende a US\$ 204 por cada vehículo promedio.

En términos relativos, sólo el acceso por vía terrestre a la región señala un gasto casi 10 veces mayor que el acceso a algún balneario de la zona central de Chile, contribuyendo con ello a la segmentación natural del mercado de aquellos turistas que pueden solventar estos costos (cuadro 27).

⁴ “Análisis y Caracterización de la Demanda Turística para la XI región de Aysén-Chile”, Instituto de Turismo, Universidad Austral de Chile, 1998.

⁵ Considerando el valor del dólar en \$ 680.

Los antecedentes presentados, señalan que hay evidencias que demuestran que el turista que llega a la región es diferente del que llega en general a otras zonas del país. Este turista cuenta con un mayor nivel educacional y con mayores ingresos; busca disfrutar de un producto completamente distinto y por lo tanto desarrolla actividades substancialmente diferentes a las que realiza un representante del turismo masivo.

3. El impulso de un *cluster* eco-turístico como alternativa de desarrollo empresarial

La palabra *cluster* se refiere a una concentración geográfica de empresas e instituciones, en la cual la interacción genera y sustenta ventajas competitivas. Hasta ahora no existe consenso sobre una traducción al castellano del término *cluster*. Se utiliza “agrupamientos industriales”, “distritos industriales” y “agrupaciones locales”, en ocasiones con significados levemente diferentes. La idea principal es que por medio del desarrollo de *clusters* o, agrupamientos industriales, se podrían generar ventajas competitivas avanzadas (principalmente conocimiento e innovación), de particular relevancia para los grupos de pequeñas y medianas empresas concentradas sobre un territorio.

Una primera inquietud de un estudio de esta naturaleza, es por tanto, explorar el papel de la acción colectiva en general, y de la gubernamental en particular, en la generación de fuentes de competitividad colectivas. Michael Porter⁶ ha señalado que la fortaleza y durabilidad de la competitividad de “*clusters*” de empresas radica en la generación de conocimiento especializado y su capacidad de innovación. Estas fuentes “superiores” de competitividad surgen de la interacción entre empresas que son capaces de competir y colaborar al mismo tiempo. En su particular modelo, la acción gubernamental es exógena: es decir, puede incidir (para bien o para mal) pero no explicar la competitividad. La acción gubernamental ocupa en esta visión un papel similar al de la casualidad. Esta aproximación, sin embargo, es insatisfactoria para quienes diseñan e implementan acciones colectivas y políticas públicas, particularmente cuando hoy en día se rescata la necesidad de impulsar la articulación público-privada para potenciar el desarrollo de estas organizaciones de empresas.

Muchos gobiernos, asociaciones privadas y empresas consultoras en el mundo entero han empezado a diseñar estrategias, programas y proyectos para estimular la formación de *clusters*. Los recursos dedicados a ello han sido cuantiosos pero los resultados han sido poco claros. La inquietud que persiste es por lo tanto profundizar la comprensión del fenómeno de las fuentes de competitividad colectiva y entender mejor el papel de la acción gubernamental en este campo.

Una alternativa para el estudio de *clusters* es hacerlo en torno a los recursos naturales, dado que América Latina goza de dotaciones extraordinarias, las mismas que dan lugar a flujos de exportación de recursos primarios. Diferentes estrategias de desarrollo ensayadas en América Latina no han logrado aprovechar cabalmente la dotación natural para generar ventajas competitivas basadas en conocimiento e innovación tecnológica. Estas ventajas competitivas avanzadas posibilitarían un flujo exportador derivado del recurso natural pero de mayor valor agregado y con una posición competitiva más sólida y duradera; así como, la participación en las exportaciones de empresas de menor tamaño relativo. Dado, sin embargo, que el aprovechamiento de los recursos naturales plantea problemas (impacto ambiental, renovación del recurso), estas áreas deberían ser atendidas en forma colectiva para maximizar su impacto.

El papel del Gobierno en el desarrollo de *clusters* es un tema abierto a debate. Los ejemplos históricos de *clusters* exitosos por lo general no obedecen a estrategias explícitas de gobiernos, aunque en varios casos la autoridad pública puede haber cumplido funciones importantes. Sin embargo, se advierte en todo el mundo, una búsqueda activa por encontrar nuevas formas de

⁶ Porter, M. (1991), La Ventaja Competitiva de las Naciones, Vergara, Buenos Aires.

fomento productivo adecuadas al funcionamiento de economías abiertas. El fomento de *clusters* pareciera ser una de las más promisorias.

En este sentido, estudiar las potencialidades de impulsar, o comenzar a materializar, la articulación de un *cluster* eco-turístico en la región de Aysén puede ser una buena base para la definición de una estrategia de fomento productivo para la misma, considerando que las pequeñas empresas turísticas que se han ido conformando precisan tanto de la colaboración pública como de la asociatividad privada —entre ellas y con el Estado— para tener reales posibilidades de éxito en el desarrollo del sector.

En particular, el ecoturismo a priori reúne por excelencia las características que se desean impulsar: la actividad se produce a partir de los recursos naturales de la región; la competitividad de la pequeña empresa requiere colaboración tanto como competencia.

El análisis del *cluster* se debe concentrar en los factores que contribuyen u obstaculicen la consecución de ventajas competitivas de orden superior (capacidad de innovación). El objetivo primordial es analizar la gestión del sistema de valor eco-turístico, y así extraer lecciones de política como: ¿cuáles son los componentes del sistema?, ¿cómo se construye una visión de conjunto para la eficiente gestión del sistema de valor?, ¿cómo se construye liderazgo y confianza entre los agentes? El objetivo no sólo es tener claridad acerca de qué se hizo bien y por qué esto funcionó de manera exitosa; también se pretende identificar los obstáculos y los retos a futuro en el desarrollo de un *cluster* eco-turístico regional.

El centro del negocio eco-turístico es lo atractivo de la naturaleza. Sin embargo, su disponibilidad no es gratuita; requiere inversión para descubrirla, conocerla y mantenerla. De esta inversión se benefician todas las empresas vinculadas a la actividad. Las preguntas esenciales en este contexto son cómo se financia la inversión que beneficia al conjunto, quién lo administra y cómo se distribuyen las rentas. Muy similar a esta pregunta es aquella referida al manejo de las externalidades negativas: el atractivo natural de cada lugar puede erosionarse fácilmente debido al auge del ecoturismo. Una pregunta central es cómo se manejan estos efectos y cómo se internalizan las externalidades negativas en la gestión del sistema.

En última instancia, la competitividad a largo plazo del *cluster* depende de su capacidad de aprendizaje e innovación. En diferentes teorías económicas y de ciencias cognitivas, se postula que aprendizaje e innovación es el resultado de la combinación de dos fuerzas: presión y capacidad. Con frecuencia se asocia el papel de la acción pública en estas dos esferas. La presión surge de la sana competencia y la capacidad de reacción ante esta presión surge del capital humano, institucional y social. La aparente contradicción entre competencia y colaboración está en el centro del debate sobre formación de *clusters*.

Como ya se señalaba en la definición del término *cluster*, este tipo de organización industrial y social tiene una característica importante, la cual está relacionada con su capacidad para establecer potencialidades competitivas generadas principalmente por la mayor interacción entre sus participantes; en este sentido, el incentivo para las empresas de participar en el *cluster* debe reflejarse en la existencia de beneficios que vienen del producto núcleo del *cluster* o por la interacción generada (o una mezcla de ambos). Esta situación, lógicamente debe desencadenar en que los agentes involucrados experimenten una mayor productividad, que similares industrias localizadas en otros lugares y/o dispersas geográficamente.

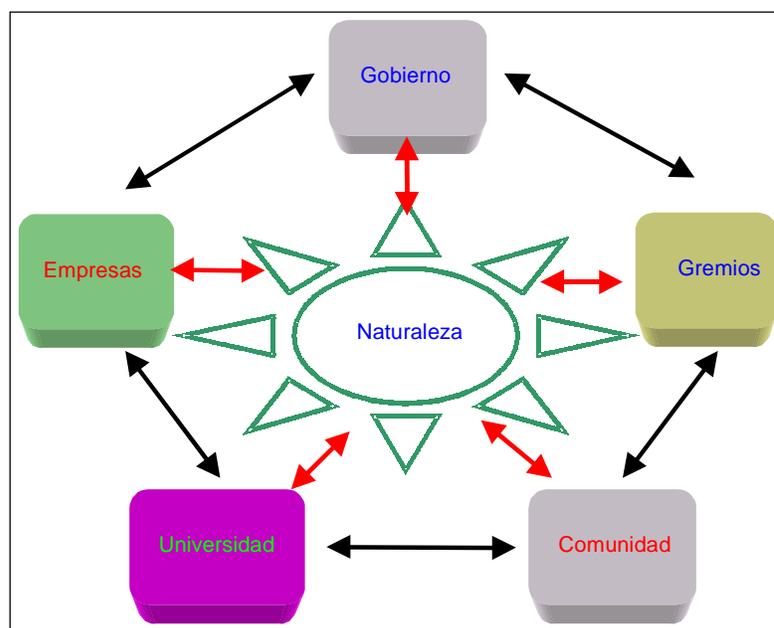
Como ya se señaló, el turismo en la región de Aysén representa aproximadamente el 7.7% del total del empleo regional en temporada alta y el aproximadamente 6% en temporada baja, cifras mucho mayores que el 3% y 2.8% a nivel nacional. Estas cifras, permitirían afirmar que el desarrollo de un *cluster* eco-turístico podría verse favorecido por una incipiente y creciente

especialización regional, expresada por el porcentaje del empleo regional que se dedica a la industria turística.

De igual manera, la llegada de pasajeros alojados en establecimientos turísticos a la región de Aysén ha crecido a tasas mayores que el crecimiento nacional, al igual que el hecho que no existe evidencia de diferencias significativas (excluyendo el segmento de *lodges* de pesca) en precios, puede hacer pensar que el desarrollo de la característica distintiva de un potencial *cluster* eco-turístico va por el lado de la diferencia del producto que también contribuye a mejorar sus posibilidades competitivas.

En definitiva la idea de impulsar un *cluster* eco-turístico se asocia al desarrollo de agrupamientos empresariales organizados que puedan generar ventajas competitivas avanzadas de particular relevancia para los grupos de pequeñas y medianas empresas concentradas sobre el territorio. Sin embargo, para que estos agrupamientos puedan efectivamente irse desarrollando, se necesita adicionalmente de una visión regional que le dé la perspectiva de un proyecto de desarrollo estratégico a la actividad en la región. Para ello, se necesita comprometer las voluntades de muchos actores los cuales deben ser capaces de consensuar un proyecto político común que ponga al turismo como una de las alternativas de desarrollo que la región tiene tanto del punto de vista económico, como social y con características de sustentabilidad ambiental.

Ilustración 4
UN CLUSTER ECO-TURÍSTICO EN LA REGIÓN DE AYSÉN



Fuente: elaboración propia.

Una forma de visualizarlo es la que se presenta en la ilustración 4 en la cual se indica que siendo la naturaleza el centro del negocio, es necesario articular a los distintos actores locales y regionales, para potenciar esa visión común en la cual la asociatividad juega un papel central tanto al interior de las empresas como entre los distintos actores que deben participar de este proceso.

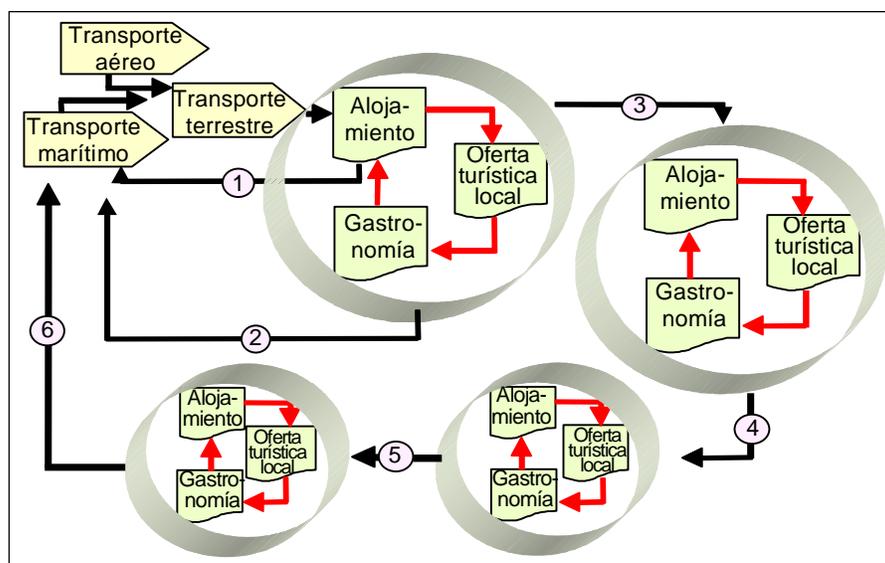
En términos del *cluster* empresarial en sí mismo, se trata de que a través de aglomeraciones de empresas organizadas sobre el territorio se pueda producir más riqueza y empleo, o, lo que se puede asociar con la idea de incrementar la cadena de valor del ecoturismo lo que, en una de sus

formas, se puede visualizar como la retención de los turistas o ampliación de su estadía en la región con el propósito de que gasten más y, por tanto, se generen mayores ingresos.

En términos técnicos más precisos, incrementar la cadena de valor del ecoturismo en la región, tiene que ver en cómo se van articulando las distintas actividades productivas y de servicios al crecimiento del sector. Así, además de las actividades más propias del turismo, aparecen nuevas empresas que se preocupan de la provisión de alimentos, de la infraestructura básica, de la capacitación del personal, etc., que es lo que va dando complejidad al tejido productivo regional.

Como se muestra en la ilustración 5, una de las cosas que se puede conseguir, es que en los distintos circuitos turísticos que existen en la región se promueva, la colaboración entre los distintos tipos de establecimientos para estirar la estadía de los visitantes. Si hay buenos circuitos turísticos los visitantes se podrán quedar más días; para ello es esencial de que haya buenos alojamientos y buenos restaurantes, lo que a su vez, hace más grata la estadía y puede incentivar la visita de más atractivos en cada localidad. En este sentido, en cada localidad se pueden establecer relaciones de cooperación para retener a los turistas, y entre las distintas localidades y circuitos se puede competir por los mismos, lo que a su vez, es un incentivo para mejorar la calidad de los servicios ofrecidos.

Ilustración 5
UN OBJETIVO: INCREMENTAR CADENA DE VALOR DEL TURISMO



Fuente: elaboración propia.

Otra forma de visualizar el desarrollo de la cadena de valor del ecoturismo regional es verla como **cooperar regionalmente y competir localmente**, para ampliar la estadía de los turistas desde un enfoque integral de la actividad.

Los esfuerzos para desestacionalizar la llegada de turistas a la región, deberían estar en el centro de los objetivos del *cluster*. En este sentido los esfuerzos para atraer más turistas podrían establecerse mediante campañas globales de la región, desarrollando productos y/o actividades a realizar en la temporada no estival.

Desde el punto de vista de la colaboración regional, ésta se puede establecer, por ejemplo, en algunas actividades como las siguientes:

- Producción de una guía turística regional que incluya información detallada de todos los atractivos naturales que ofrece la región.
- La elaboración de una política regional de apoyo crediticio y fomento productivo de las actividades turísticas; destinado a fortalecer la capacidad competitiva de las empresas.
- Impulsar la elaboración de un proyecto turístico regional público/privado.

Y, desde el punto de vista de fortalecer las capacidades competitivas locales de los distintos circuitos turísticos, se pueden impulsar actividades como las siguientes:

- desarrollar la capacidad asociativa empresarial de cada uno de los circuitos;
- diseñar y construir nuevos circuitos turísticos locales y recuperar otros existentes con apoyo público y participación privada;
- incentivar la cooperación público-privada a nivel de cada localidad donde las municipalidades deben tener un rol central.

4. La visión empresarial y público-privada del desarrollo turístico: fortalezas y debilidades para el impulso de un *cluster*

Durante varios recorridos por todas las localidades de la región, en el primer semestre del año 2001, se tuvo la oportunidad de entrevistar a un gran número de micro, pequeño y medianos empresarios turísticos de forma tal de obtener su apreciación de lo que había sido y debiera ser el desarrollo del sector. Asimismo, se conversó con todas las instituciones públicas, directa o indirectamente, involucradas en el desarrollo y/o en la regulación de esta actividad.

La recopilación de información y antecedentes permitió una primera aproximación a lo que podría interpretarse como un diagnóstico conversado del estado de desarrollo y necesidades de las empresas turísticas y del respectivo sector en la región, el cual fue posteriormente convalidado a través de un seminario-taller participativo⁷ con los actores regionales relevantes asociados a esta problemática.

Este proceso de discusión también permitió identificar algunas de las principales medidas y líneas de acción necesarias para impulsar el desarrollo de un *cluster* eco-turístico en la región de Aysén.

A efectos de tener una visión más sistémica del diagnóstico y de las acciones recomendadas los resultados de esta discusión se presentan agrupados en 5 áreas y que corresponden, principalmente, a los factores asociados al “diamante competitivo” de Porter, que se resumen en la ilustración 6, y que permitirían apreciar algunas de las ventajas competitivas, **específicamente asociadas al turismo**, en la región de Aysén:⁸

a) **Condición de los factores:** bajo este apartado se agrupan los factores de producción tales como los recursos naturales, humanos físicos, de conocimiento, de capital y de infraestructura y que constituyen *inputs* básicos de competitividad.

Factores positivos: respecto a este primer conjunto de factores se consideró que la región disponía de muchas fortalezas referidas, en primer lugar, en lo que a recursos naturales se refiere, a un patrimonio natural sobresaliente, con un gran atractivo y diversidad de paisajes, en un contexto

⁷ Taller de planificación y concertación de decisiones: un *cluster* eco-turístico como posible alternativa de desarrollo productivo para la región de Aysén, realizado entre el 15 y 17 de mayo, 2001 en Coyhaique, Chile, con participantes del sector público y privado, aproximadamente 70 personas.

⁸ Porter, Michael (1990), “La ventaja competitiva de las naciones”, Editorial Vergara, Buenos Aires, Argentina.

de una región prácticamente incontaminada ambientalmente, y en que uno de sus grandes potenciales se refiere a que el 50% de su superficie consiste en áreas silvestres protegidas, que son mayoritariamente de vocación turística.

Adiciona a estas características naturales, del lado de la infraestructura, un aeropuerto ubicado en Balmaceda de reciente ampliación y modernización que opera eficientemente y que está preparado para recibir aeronaves de gran envergadura, y un puerto como el de Chacabuco, que tiene capacidad para recibir carga y pasajeros, que opera con tarifas razonables. Adicionalmente, se mencionó como una condición muy positiva los buenos niveles de seguridad ciudadana que presenta la región y que también implican una condición positiva para su visita.

Factores negativos: en esta condición se destacan algunas infraestructuras que impiden el buen conocimiento y recorrido de la región. En primer lugar, es necesario señalar que la región ha comenzado a conectarse por vía terrestre recién desde mediados de la década de los ochenta y que todavía gran parte de sus carreteras son de tierra, lo que dificulta su conectividad. Valga la pena indicar, sin embargo, que para algunos esto constituye una ventaja ya que hace más atractiva la visita de la región desde el punto de vista de la aventura y desde la perspectiva de conservarla lo más natural posible. Una deficiencia que si se menciona con recurrencia y que limita las posibilidades competitivas de la región es la que se refiere a la conectividad marítima de la región y que le da continuidad a las excursiones terrestres que provienen del norte del país. Para acceder por vía terrestre a la región, por territorio chileno, es necesario hacer transbordos marítimos ya sea en Puerto Montt o en Chiloé, y éstos, principalmente en la época estival, son además de muy caros, demasiado irregulares, desalentando muchas veces las visitas que provienen por esta vía y que son mayoritariamente chilenas.

Adicionalmente a estas deficiencias de infraestructuras “más pesadas” se enumeran también como deficiencias la falta o poca infraestructura existente al interior de las reservas y parques nacionales; la deficiencia de protección de ciertos recursos naturales y antropológicos como la Laguna San Rafael y la Cueva de las Manos;⁹ y particularmente, lo que es generalizable prácticamente para todos los circuitos turísticos locales, la falta de infraestructura en los mismos, como senderos, cabañas, centros de información y otros, que permitieran su visita y conocimiento en profundidad. En otras palabras, falta poner en valor muchos atractivos que hoy día pueden pasar desapercibidos por la escasa posibilidad de acceso que hay a los mismos.

A esto se pueden agregar, algunas otras deficiencias de infraestructuras que tienen que ver con falta de saneamiento en algunos poblados y la baja densidad y cobertura regional aún de líneas telefónicas y acceso a internet. En un sentido similar y en lo que se refiere a factores avanzados de competitividad, la región no cuenta con institutos especializados de investigación, ni con universidades que pudieran cumplir roles claves desde el punto de vista del impulso a procesos de innovación.

b) Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas: este aspecto se refiere a la situación y entorno de la región y de sus sectores industriales y empresariales en cuanto a la influencia que los mismos pueden tener en la formación, dirección y estrategia de las empresas. Se piensa que un entorno que motive a sus empresarios y directivos hacia la innovación, hace más factibles el fomento y el desarrollo de la competitividad. Asimismo, si hay rivalidad entre un grupo de empresas de base local se anima la innovación y se mejora la competitividad de todo el sistema.

Aspectos positivos: se advierte que hay interés y entusiasmo emprendedor; que existe voluntad de innovación; que en el caso de algunos microempresarios existen esfuerzos colectivos

⁹ La Laguna San Rafael que es uno de los atractivos más visitados en la región, todavía no cuenta con un estudio de capacidad de carga que permita regular los flujos turísticos para asegurar su preservación; y la Cueva de las Manos es un sitio con pinturas rupestres que no cuenta con ninguna protección y que está expuesta al deterioro y malos hábitos de algunos visitantes.

de emprendimientos motivados por iniciativas que provienen de alguna institución pública, que los apoya a constituirse como empresarios; que hay creencia y visión muy positiva en el negocio e intenciones de inversión a corto y mediano plazo; que, en términos generales, hay buenas relaciones con instituciones que apoyan a los empresarios en su gestión (CORFO, Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC), FOSIS, Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP), SERNATUR); que existen una serie de instrumentos de fomento público que apoyan el desarrollo de los empresarios turísticos de la región, y que existen importantes inversiones en el ámbito turístico en la región (tanto del sector público como del sector privado); aspectos todos que, siendo positivos, todavía no alcanzan para afirmar se haya llegado a instalar en la región un clima empresarial moderno que estimule la competencia y el desarrollo del sector.

Aspectos negativos: quizás si una de las mayores deficiencias que se observan, y que claramente atentan contra la propia concepción de lo que debiera ser un *cluster* de empresas que privilegian las relaciones de confianza, es el excesivo individualismo que denotan los empresarios de la región. Esto es consecuente con las escasas experiencias de asociatividad que se pueden encontrar, ya que existen muy pocos esfuerzos colectivos de empresas turísticas locales dentro de las cuales sólo algunos empresarios participan activamente. Esto, entre otras cosas, conduce a que haya deficiencias en la imagen colectiva turística de la región por parte del empresariado, lo que se ve agravado por el escaso conocimiento que se tiene de las tendencias del mercado, lo que, a su vez, no se traduce en que se hagan esfuerzos serios de promoción e información turística de la región, los que debieran ser articulado en conjunto por el sector público y privado.

Por otra parte, y asociado a lo anterior, se observa un bajo nivel de profesionalismo de los empresarios que, en la mayoría de los casos, son autodidactas, lo que lleva a que, a su vez, haya un bajo nivel de idiomas; desconocimiento de técnicas de promoción-comercialización del producto; malas relaciones de calidad-precios; dicotomía en la oferta local (o muy bueno o de calidad relativa); en un contexto en el cual la mayoría de los empresarios creen que no tienen competencia, como si ésta de por sí fuera mala sin entender que la misma constituye un factor de superación y de mejoría en la calidad de los servicios ofrecidos.

Finalmente, un factor que es determinante en la sustentabilidad del negocio eco-turístico dice relación con la concepción de invertir en naturaleza, que es en definitiva el factor que hace que el negocio mismo exista, y respecto al cual no hay la suficiente conciencia, ya que son muy pocas, si es que alguna, las empresas que comprenden la necesidad de hacer gestión ambiental a pesar de que todos reconocen la importancia de este proceso.

En definitiva, en relación con este aspecto de la competitividad que además tiene que ver con las reglas, los incentivos y las normas que rigen el tipo e intensidad de la rivalidad local, se puede decir que la región todavía no cuenta con una mayor predisposición para reconocer la importancia de los lazos de la competitividad entre las empresas, más aun, en la actualidad los empresarios mayormente no tienen contactos entre sí y sienten que no tienen competencia alguna, o en caso de reconocerla, es algo que se ve como un aspecto negativo.

En consecuencia, es difícil, que dentro de este marco se genere una conciencia de una imagen colectiva en torno al turismo en la región. Las empresas, en su interior todavía se dedican, en caso de crearse algún tipo de competencia, a la imitación más que a la innovación, que sería la ventaja avanzada para una mayor productividad y diferenciación.

También se evidencia, que el nivel profesional empresarial es (con sólo pocas excepciones) muy elemental e incipiente, por lo que todavía no se da un marco que permita desarrollar lazos de competitividad, campo en el cual los organismos públicos de la región dedicados al fomento productivo y empresarial podrían hacer un aporte significativo.

c) **Condiciones de la demanda:** esto dice relación con la idea de que la calidad de la demanda es más importante que la cantidad a la hora de determinar la ventaja competitiva de un territorio. Tres son los atributos que se consideran especialmente significativos en este sentido: en primer lugar, su composición, puesto que, por ejemplo, si los clientes son exigentes para los productos que adquieren, promueven a las empresas locales para que logren altos niveles de calidad. En segundo lugar, su magnitud y las pautas de crecimiento, ya que aunque las empresas exporten poco inicialmente (en este caso los turistas extranjeros), un importante mercado interno es una gran ventaja si impulsa el dinamismo y la inversión. Finalmente, en tercer lugar, los mecanismos a través de los cuales se transfieren las preferencias locales al mercado externo y que permiten dinamizar la demanda externa, en este caso la atracción de turistas de otros países.

Aspectos positivos: lo más positivo en términos de la demanda ha sido el sostenido crecimiento de la entrada de turistas nacionales y extranjeros a la región y, en particular, el incremento de la participación de estos últimos. Existe un creciente interés a nivel mundial por el segmento del ecoturismo, que es justamente la especialidad y ventaja comparativa de la región, y se presume que las cuotas de mercado que se dirigen a este sector se seguirán incrementando. A su vez resaltan cada vez más la entrada de clientes internacionales sofisticados y exigentes, que buscan actividades de intereses especiales que la región puede ofrecer, como ser la pesca con mosca (*fly-fishing*) dirigida a segmentos de altos ingresos por los altos costos que la misma involucra; la navegación por canales, el *trekking*, el canotaje, el turismo aventura y la observación de la naturaleza en general. Esta es una demanda muy exigente y que necesita del desarrollo de servicios muy especializados, que poco a poco, se han comenzado a generar en la región, pero mucho de los cuales todavía son mayoritariamente importados. Por ejemplo, mano de obra calificada que sirva como guías de pesca, chefs de cocina, personal de servicio bilingüe, que en un porcentaje todavía alto proviene de fuera de la región y que paulatinamente debería comenzar a generarse internamente.

Aspectos negativos: quizás el aspecto más negativo en relación con la activación de la demanda, tiene que ver con la falta de promoción nacional e internacional de la región, que tiene necesariamente que ser parte de un acuerdo público-privado de difusión. La región de Aysén, a pesar del incremento de turistas sigue siendo desconocida fuera del país. Lo que comúnmente se conoce en el exterior es el “Producto Patagonia”, y más asociado a su pertenencia a la Argentina, que al territorio que corresponde a Chile. Publicitar el producto Patagonia, en sí no es malo, más bien la región puede haberse beneficiado de externalidades positivas en este sentido, pero sin duda que se requiere de un esfuerzo autónomo y endógeno que la posea más propiamente en los mercados internacionales. En este sentido, se requiere de una estructura organizada que coordine “paquetes” de ofertas de acuerdo a las necesidades de la demanda las que tienen que ser canalizadas en forma asociativa.

Un aspecto que presenta debilidades que pueden ser poco controlables es el que se refiere a la vulnerabilidad de la región en términos de clima y plagas. Una temporada estival muy lluviosa puede afectar fuertemente la entrada de turistas, particularmente nacionales. Igualmente perjudicial puede ser la aparición de una enfermedad altamente peligrosa como es la transmisión, por parte de roedores, del virus Hanta, que en los humanos puede llegar a ser mortal, y que desalienta la entrada de turistas a la región. En los casos climatológicos es poco lo que se puede hacer; en el caso de plagas se requiere de una actitud decidida de las autoridades y del sector privado para tomar todas las medidas de control que sean necesarias.

Finalmente, hace falta incursionar más decididamente en internet que según algunas estimaciones puede llegar a conquistar la cuarta parte de las ventas de productos turísticos¹⁰ por

¹⁰ OMT, comunicados de prensa: internet puede ya conquistar la cuarta parte de las ventas de productos turísticos, octubre, 2001.

esta vía. Para la región éste es todavía un tema incipiente por la falta de infraestructura, particularmente el acceso a banda ancha, y conocimientos que requieren ser más desarrollados. Esto va fuertemente vinculado a la necesidad de conocer mejor las exigencias de la demanda de acuerdo a los distintos segmentos de mercado, para la cual la diferenciación del producto es esencial.

En la actualidad todavía no existe mucha diferenciación en la oferta (con excepción de los *lodges* de pesca y pocos otros), que pudiera responder a una demanda creciente y exigente. Cabe destacar que también existe una gran cantidad de turistas, que se conforman con los niveles existentes, debido a que forma parte de lo original y de “la cultura de la Patagonia”. Sin embargo, existen amplias posibilidades para mejorar la oferta, ya que la demanda todavía no es satisfecha en su totalidad.

d) Sectores de soporte y de apoyo: esta parte se refiere a los distintos proveedores competitivos y con base local, de maquinaria, de servicios e insumos especializados, y que impulsan los procesos de innovación, de investigación y desarrollo, y promueven el nacimiento de nuevos sectores competitivos.

Aspectos positivos: el aspecto más resaltante en este casillero es la apreciación obtenida, de parte de la mayoría de los empresarios de la región, en el sentido de que existe el interés por desarrollar una cultura empresarial asociativa y de especialización en la región, que privilegie el desarrollo turístico de la misma. Sin embargo, aquí falta mucho por hacer, pero hay la conciencia de que éste es un aspecto que se debe impulsar.

Aspectos negativos: se advierte que hay mucha deficiencia en la calidad de los servicios anexos al turismo, la mayoría de los insumos se deben traer desde fuera de la región y los costos de transporte son altos. Por otra parte, los servicios especializados (instalación, corrección de fallas, reparaciones, capacitación de usuarios, etc.) se encuentran solamente concentrado en la ciudad de Coyhaique o fuera de la región, situación que dificulta su contratación y aumenta los costos.

En resumen, en la región, todavía no se han desarrollado buenos apoyos ya que, en la mayoría de los casos, los insumos, servicios a empresas, personal especializado debe traerse o de la capital de la región, o desde otras regiones, lo que aumenta el costo considerablemente, ya que se trata de “importaciones” de lugares distantes. En la actualidad todavía no se cuenta con proveedores locales competitivos.

e) El azar y papel del Gobierno: en el diamante competitivo de Porter, se le asigna un rol menor al sector público, aun cuando, y particularmente en regiones como la de Aysén, el Gobierno, particularmente regional, puede influir determinadamente en los cuatro determinantes de competitividad, diseñando instrumentos de política, asignando recursos para infraestructura y educación, fiscalizando el cumplimiento de las normativas existentes, incentivando la inversión turística, promoviendo la asociatividad, haciendo converger a las fuerzas públicas y privadas detrás de objetivos comunes y consensuados, que apunten, en última instancia, a elevar la calidad de vida de la población.

Aspectos positivos: entre éstos se puede resaltar que la mayoría de los organismos públicos están interesados e involucrados en el desarrollo turístico de la región, a través de sus instrumentos de fomento o de otros programas de apoyo. En particular, el Gobierno apoya el desarrollo de la región a través del “Plan Austral”, instrumento que comprende una serie de estímulos a la inversión a través de políticas tributarias y de incentivos.

Aspectos negativos: entre estos aspectos es necesario señalar que se requiere de una mayor coordinación entre las distintas políticas públicas ya que hay una multiplicidad de iniciativas que

sinérgicamente implementadas podrían tener un impacto mucho más potente sobre el desarrollo de la región.

Se plantea que en algunas instituciones hay una excesiva burocracia y deficiencia en la divulgación de la información turística, para lo cual se cuenta con recursos. Esto se agrava por el hecho de que en algunas comunas hay deficiencia de presencia de representantes de las instituciones públicas, lo que es un problema mayor en una región tan extensa.

Un rol esencial que se estima que no está cumpliendo bien el Estado en la región es el de ser un buen regulador, ya que hay muchas deficiencias en el control ambiental, como ser, la fiscalización de la pesca, matanza de lobos marinos, contaminación de playas y caminos. Esto se une a la inexistencia de los cálculos de las capacidades de carga de los distintos ambientes protegidos y que son un instrumento esencial de protección de parques y reservas nacionales.

Finalmente, el Estado debe agilizar su papel en la regularización de tierras para agilizar la venta de terrenos con potencial de desarrollo.

El Gobierno regional ha definido una serie de instrumentos para fortalecer el desarrollo turístico en la región, hecho que se evidencia en el interés y trabajo que se está realizando en la actualidad por parte del sector público. Cabe destacar, que también estas instituciones todavía no cuentan con una amplia experiencia en el tema turístico en la región, a pesar de lo cual se van logrando avances no despreciables.

f) El “diamante” como sistema: los primeros cuatro elementos que se han enumerado —condición de los factores; estrategia, estructura y rivalidad; condiciones de la demanda; sectores de soporte y de apoyo— configuran, esencialmente, lo que se ha denominado el “diamante” de competitividad, que funciona como un sistema interconectado, que se dinamiza mutuamente, lo que encamina a la mejora y al cambio permanente de todo el sistema. Por la interconexión que se establece, se estima que es improbable que una única empresa o industria pueda desarrollarse competitivamente. Más bien, se generaliza un ambiente que conduce a la creación de grupos de empresas, los *clusters*, que se apoyan entre sí. Los *clusters*, en este contexto, se ligan entre ellos través de una compleja red de relaciones horizontales (clientes, tecnología, canales de distribución) y relaciones verticales (comprador y vendedor). La debilidad de cualquier factor dificulta el potencial competitivo de la región.

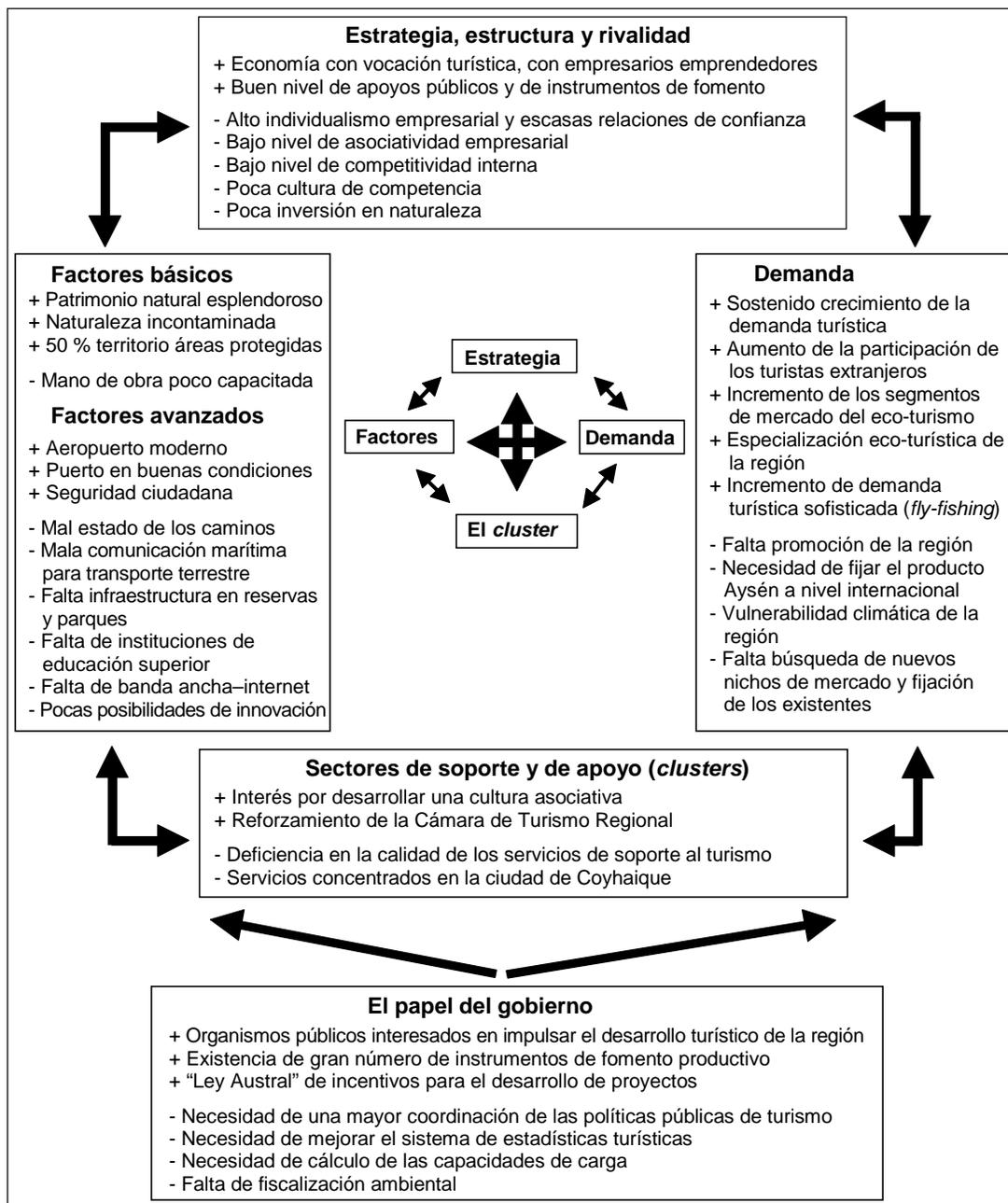
A este sistema, y particularmente a una región como Aysén, es fundamental agregarle el papel del gobierno. Lo que debe quedar claro, en todo caso, es que las mejoras en la competitividad territorial y, particularmente del turismo, deben conseguirse por la interacción y dinamización de todos los factores, situación que de producirse también se transformará en un elemento adicional de atracción de inversiones.

En la ilustración 6, se resume toda la explicación que se daba anteriormente respecto a los diferentes factores de competitividad. La ventaja de presentar la información en un cuadro como éste, es que permite tener una visión de los aspectos positivos que hoy día ya existen, así como los aspectos negativos que habría que superar para mejorar las condiciones competitivas del turismo en la región. Lo importante es que en este esquema se condensan las deliberaciones que los distintos actores, públicos y privados de la región, realizaron en el seminario-taller antes citado. Por lo tanto, de aquí habría que extraer las acciones de políticas y de proyectos, de corto y mediano plazo, que se deben implementar para avanzar en el objetivo de conseguir que el turismo se transforme en una actividad que dinamice el desarrollo de la región de Aysén.

Sin embargo, antes de pasar a identificar las soluciones, es preciso averiguar si efectivamente hay espacios de demanda en el mercado nacional y mundial que justifiquen la expansión del sector

en la región, para lo cual todas estas recomendaciones pueden ser atingentes. Esto es precisamente lo que se hace en el capítulo que sigue a continuación.

Ilustración 6
EL “DIAMANTE” COMPETITIVO DEL TURISMO EN LA REGIÓN DE AYSÉN



Fuente: elaboración propia.

V. Proyecciones de demanda turística y espacios de inversión en la región de Aysén

En este capítulo, se hace un análisis de las proyecciones de evolución del turismo en la región en base al comportamiento de la demanda en el futuro. En la medida que la demanda siga evolucionando positivamente, se podrá fundamentar la idea de seguir invirtiendo en este sector, ya que por muy atractivos que sean los encantos que ofrece la región, si ellos no fueran demandados, difícilmente podrían ser puestos en valor. Este, por lo tanto, es uno de los factores esenciales del “diamante competitivo” anteriormente expuesto y a partir de su cumplimiento se podrá detectar si existen espacios de inversión en este sector en la región.

A continuación se presentan los resultados más importantes del análisis de proyecciones para el desarrollo turístico en la región de Aysén. En éstos se presentan distintos escenarios de crecimiento del ingreso de turistas durante las temporadas altas de los próximos 10 años (se consideran las estimaciones para el año 2010), a partir de lo cual se estima la necesidad de ampliar la oferta de establecimientos de alojamiento turístico y las inversiones a que esto daría lugar, así como la generación de empleos que podrían producirse.¹¹

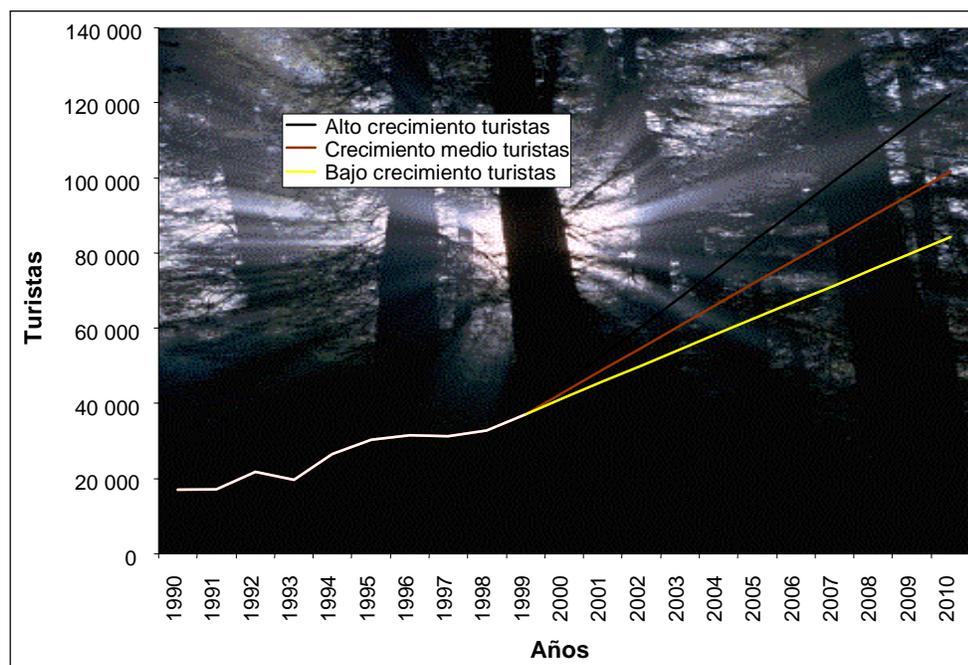
Se consideraron tres escenarios para la realización de las proyecciones de crecimiento de la demanda turística en la región, tomando como año base el año 1999:

¹¹ La explicación detallada de la metodología utilizada para realizar las proyecciones se presenta en el anexo.

- Un escenario conservador, que consideró que la demanda evolucionará a una tasa promedio anual de crecimiento del 7.2% que corresponde a la tasa de crecimiento de la demanda turística a nivel nacional entre el año 1990 y 1999. Se considera esta tasa como conservadora ya que la misma ha estado persistentemente por debajo de la tasa regional y se estima que la región debiera crecer, al menos, al ritmo promedio nacional.
- Un escenario optimista, que considera que la demanda turística de la región crecerá a un 10.9% anual, cifra que corresponde al crecimiento de los pasajeros alojados en establecimientos turísticos llegados a la región de Aysén entre los años 1990 y 1999, y que no discrimina entre turistas nacionales y extranjeros (debe recordarse que la tasa de crecimiento de los extranjeros es mucho más alta que la de los chilenos).

Gráfico 15

AYSÉN: PROYECCIONES DEL CRECIMIENTO DEL NÚMERO DE TURISTAS, TEMPORADA ALTA, 1990-2010



Fuente: elaboración propia.

A su vez, se elaboró un escenario de crecimiento medio de la demanda, que surge del promedio de las tasas de crecimiento optimista y conservador, siendo ésta de un 9.1%.

El gráfico 16 da cuenta de las distintas proyecciones realizadas considerando sólo los turistas ingresados en temporada alta, vale decir, en los meses de diciembre, enero y febrero.

En la ilustración 7, por otra parte, se presenta la situación del año base (1999), con los turistas ingresados en temporada alta en ese año que llegaron a 39 233. Aquí se ha hecho lo siguiente.

Se definieron 5 tramos de ingresos desde el más bajo (tramo 1) hasta el más alto (tramo 5) para turistas chilenos y extranjeros en base a una encuesta realizada por la Universidad Austral,¹² de la cual se deduce el porcentaje de turistas que pertenece a cada tramo. Este porcentaje, 6 905 turistas en el tramo 1, por ejemplo, se contrastó con la que se supone sería la oferta de camas para ese tramo de ingresos. En este último caso se clasificaron los establecimientos de alojamiento de la

¹² "Análisis y caracterización de la demanda turística para la XI región de Aysén-Chile", Instituto de Turismo, Universidad Austral de Chile, 1998.

región en función de las tarifas que cobran y para ellos se evaluó el total de camas disponibles por tramos de tarifas de alojamiento.

Ilustración 7
AYSÉN: OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA EN TEMPORADA ALTA

Demanda turística por tramos de ingreso, año base 1999		Días camas temporada alta por precios y tasas de ocupación			
Turistas 1999 93 083	Temporada alta 39 233 (Promedio estadía = 6.6 días)	1. 6 905	A. 53 640	85.0%	Ocupación media temporada alta de camas 81%
		2. 9 847	B. 87 210	74.5%	
		3. 11 195	C. 57 420	128.7%	
		4. 6 904	D. 65 340	69.7%	
		5. 4 382	E. 55 980	51.7%	

Fuente: elaboración propia.

De esta forma la comparación que se establece, aplicada al tramo 1, por ejemplo, es la siguiente. Del lado de la demanda, entran en temporada alta 6 905 turistas que se quedan, en promedio 6.6 días,¹³ y que por lo tanto, significan 45 573 días turista. Esto se compara con la oferta de días cama para ese tramo, que se obtiene de multiplicar las camas disponibles (596) por 90 días de temporada alta lo que da una disponibilidad de 53 640 días camas. Bajo el supuesto de que los días turistas se satisfacen con estos días camas, en este tramo se establecería un porcentaje de ocupabilidad del 85%.

Como se puede observar, al repetir este ejercicio para todos los tramos de ingresos y tipos de establecimientos, se llegaría a que hay sectores que están saturados y otros que presentan buenos márgenes disponibles, para un porcentaje de ocupabilidad promedio que en la región llegaría al 81%. Este alto porcentaje, en temporada alta, significa que la región podría estar llegando a una situación de saturación y que por tanto sería necesario incorporar nueva infraestructura para satisfacer la demanda turística de plazos muy inmediatos.

Es importante señalar que como el turismo en Aysén aún es muy estacional, esto significa que puede llegar a haber escasez de camas en temporada alta, pero que en temporada baja puede, asimismo, establecerse un gran margen de capacidad ociosa. A pesar de ello, sin embargo, las proyecciones tienen que realizarse en función de las necesidades de infraestructura para los máximos de demanda de tal forma de dar atención adecuada a los turistas que llegan en esa época, sin perjuicio de las medidas de política que se deban estudiar y diseñar para tratar de estirar la temporada turística de la región.

Teniendo presente estas reflexiones y de acuerdo a los supuestos de proyecciones que se hicieron anteriormente, en el cuadro 28 se presentan las proyecciones de turistas para los distintos escenarios al año 2010. Manteniendo el promedio de estadía y bajo el supuesto de un 80% de

¹³ Dato obtenido de los informes de demanda turística de Aysén elaborados por el SERNATUR regional.

ocupabilidad se estimaron el total de días camas necesarios para satisfacer esa demanda. Con los incrementales de días camas, traducidas a camas adicionales, se estimó la necesidad de inversión adicional que habría que hacer en alojamientos para los distintos tramos. El valor de cada cama, como se explica detalladamente en el anexo, se dedujo de las inversiones que se han realizado en la región en los distintos tramos de establecimientos.

Cuadro 28

PROYECCIONES TURISMO AÑO 2010: TEMPORADA ALTA CON TASA DE OCUPACIÓN DEL 80%

Tramo de ingreso	Turistas			Días cama			Inversión (Millones US\$)		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
1	21 549	17 909	14 836	177 780	147 747	122 399	1.42	1.08	0.78
2	30 728	25 537	21 156	253 509	210 682	174 537	3.42	2.54	1.80
3	34 936	29 034	24 053	288 221	239 531	198 437	5.97	4.71	3.65
4	21 545	17 905	14 833	177 744	147 717	122 374	4.05	2.97	2.05
5	13 676	11 365	9 415	112 824	93 764	77 678	5.38	3.57	2.05
Total	122 434	101 750	84 294	1 010 077	839 441	695 425	20.26	14.89	10.31

Fuente: elaboración propia.

En el cuadro 29 se presentan los resúmenes de todas las proyecciones. Como se puede ver, se estima que el total de turistas que podrían ingresar anualmente a la región de Aysén en el año 2010, va desde los 210 735 turistas, en el escenario conservador, hasta los 306 084 turistas en un escenario optimista (números que varían entre 84 294 y 122 434 si sólo se considera la temporada alta). Esto demandaría la construcción de 7 672 camas adicionales en el escenario optimista y de 4 176 en el escenario conservador, lo que implicaría inversiones que variarían entre los US\$ 20.3 millones y los US\$ 10.4 millones.

A su vez, en el cuadro se presenta una estimación de los empleos adicionales que se generarían. De los datos que se tienen disponibles se puede inferir que el sector turístico presenta una relación de 7.15 camas por trabajador ocupado, de donde se podría estimar que el empleo que se generaría en la región, sería del orden de los 1 073 en el escenario de mayor crecimiento, 808 puestos en el escenario medio de crecimiento y 584 puestos adicionales en el escenario de bajo crecimiento.

Cuadro 29

AYSÉN: RESUMEN DE PROYECCIONES DE CRECIMIENTO DEL TURISMO

	Alta	Media	Baja
Total turistas	306 084	254 376	210 735
Camas adicionales	7 672	5 776	4 176
Inversiones en alojamiento	US\$ 20 266 934	US\$ 14 890 610	US\$ 10 353 044
Empleos 7.15 camas/personas	1 073	808	584

Fuente: elaboración propia.

Finalmente, es conveniente señalar que siendo que el sector alojamiento representa aproximadamente el 20% de las actividades características del turismo (excluido el comercio), las inversiones y empleos adicionales que se podrían generar son alrededor de 4 veces más que las que aquí se han estimado, es decir, que en un escenario optimista el turismo podría llegar a significar inversiones adicionales, de aquí al 2010, del orden de los 100 000 000 de dólares.

Es decir, si bien las proyecciones que se han realizado solamente analizan cuáles son los espacios de inversión que existen en el sector alojamiento, no se puede dejar de considerar la expansión que éste traerá, y que se refieren al crecimiento de las demás actividades características del turismo en la región. Lo importante de resaltar es que se puede concluir que hay espacio para el crecimiento de la demanda, por lo tanto, hay espacio para el crecimiento de la inversión en los órdenes de magnitud que se han señalado y que el turismo debiera seguir siendo un importante protagonista en el desarrollo de la región.

VI. Recomendaciones y proyectos para mejorar la competitividad y potenciar el desarrollo del sector turístico en la región de Aysén

1. Recomendaciones para la expansión del turismo

De todo lo que se ha planteado hasta aquí se puede inferir que en la región de Aysén el ecoturismo comienza a ser una actividad de creciente importancia pero con muchas limitaciones todavía, lo que se debe fundamentalmente a que:

- se trata de una región muy joven y de reciente colonización;
- con un desarrollo turístico que se comienza a hacer ostensible recién a partir de mediados de los años ochenta con el inicio de la construcción de la carretera austral;
- con una actividad turística que ha sido impulsada en forma prácticamente espontánea;
- que por lo tanto ha tenido como corolario un desarrollo empresarial autodidacta;
- en un territorio de muy baja densidad poblacional que por lo mismo hace la construcción de infraestructura de más difícil viabilidad;

- y, por tanto, con inversiones per cápita que pueden ser superiores a la media nacional.

Por lo tanto:

- el turismo en la región de Aysén se puede considerar como una industria naciente;
- con poco desarrollo actual, pero de gran potencial;
- con un incipiente y notable desarrollo empresarial;
- con una malla empresarial de muy baja densidad con predominio de pequeñas empresas.

Pero por lo mismo:

Con posibilidades ciertas de articular a tiempo un proyecto regional, donde una posible respuesta es impulsar un *cluster* para desarrollar el ecoturismo regional, cuya idea central es colaborar para competir.

El núcleo de un *cluster* eco-turístico debería consistir en la naturaleza, como principal atractivo, en torno al cual se encuentra un total de 5 161 144 ha, el 30% del total de áreas silvestres protegidas del país, con gran diversidad en ecosistemas y recursos naturales. Sin embargo, este potencial hasta la actualidad no ha sido explorado lo suficientemente, de hecho no existen conocimientos suficientes sobre los recursos existentes y el potencial de explotación que representan. Los grandes atractivos turísticos, que yacen en este sector, sin contar con infraestructura o servicios que permitan su uso, todavía no han sido suficientemente puestos en valor.

El potencial para un desarrollo de un *cluster* eco-turístico en la región de Aysén se encuentra en la actualidad en un estado poco articulado, es decir los esquemas básicos que se requieren para el funcionamiento de un *cluster* no han podido ser desarrollados en su totalidad.

Como ya se ha comentado anteriormente, se registran vacíos elementales dentro de los requisitos que deberían existir para poder considerar la existencia de un *cluster*, como por ejemplo la ausencia de lazos asociativos entre los empresarios, la noción de competitividad entre ellos, la falta de formación profesional turística por parte del empresariado, la falta de conocimiento de las tendencias del mercado, la falta de institutos o universidades que apoyen el desarrollo del sector, entre varias otras más.

A pesar de grandes esfuerzos por parte del sector público y considerando las dificultades impuestas por el clima, las grandes distancias, la falta de recursos y el aislamiento, todavía no se ha llegado a obtener el respaldo necesario en cuanto a apoyo técnico, de infraestructura y crediticio, para que se genere propiamente un *cluster* turístico, aun cuando existen una serie de elementos que permitirían presagiar que se podría avanzar en tal sentido.

En la ilustración 8, se resumen parte de las recomendaciones que emergieron del seminario-taller que se comentaba en el capítulo IV, las mismas que se han ordenando de una forma tal que tengan cierta equivalencia con el análisis del “diamante competitivo” de la ilustración 6. Como se puede observar, se comienza del reconocimiento de que “impulsar el desarrollo del ecoturismo sustentable en Aysén” requiere, en primer lugar, del fortalecimiento de la organización pública y privada en el sentido de consensuar una “visión común” hacia la cual se canalicen todos los esfuerzos.

Del lado del sector privado, ello requiere del fortalecimiento de la asociatividad empresarial, principalmente, a través del desarrollo de una red empresarial eco-turística (que se podría expresar en una Cámara de Turismo). Del lado del sector público, se apunta a fortalecer la articulación público-privada, lo que se puede conseguir a partir del impulso y refuerzo del Consejo Regional de Turismo. Toda esta aspiración aquí se la ha denominado “Proyecto Conozca Aysén”, en el cual se

articulan, básicamente, tres líneas de acción que tienen que ver con sus correspondientes factores de competitividad:

a) Respecto a la **condición de los factores**: aquí se promueven diversas acciones, las que, a su vez, tienen temporalidades y grados de dificultad de ser implementadas distintas, y que dicen relación con los aspectos negativos que se presentaban en el respectivo diamante. En este caso sobresalen:

- (i) La formación de guías, que es necesariamente un proyecto de mediano plazo.
- (ii) La capacitación avanzada de recursos humanos, que también es un proyecto de mediano plazo, y que se refiere a la necesidad de ir instalando en la región centros de formación superior que apunten a afirmar la especialidad turística de la región, los mismos que deberían llegar a ser referentes nacionales en esta área.
- (iii) El desarrollo de productos turísticos que tiene que ver con la implementación de infraestructura, accesos y actividades en los diferentes atractivos turísticos que tiene la región y que pueden ser proyectos de más corto plazo. Más adelante se presenta un catastro de las inversiones que habría que hacer en diferentes parques para mejorar la retención de turistas e impulsar la generación de empleos y crear nuevas posibilidades de actividades económicas para los habitantes.
- (iv) Mejoramiento de la infraestructura vial, programa de corto, mediano y largo plazo, estrechamente vinculado y articulado a una visión estratégica del desarrollo de la región.
- (v) Desarrollo de infraestructura de comunicaciones, que tiene que ver con internet, banda ancha, y los aspectos técnicos que permiten comunicar a la región con el mundo.

b) Respecto al factor **estrategia, estructura y rivalidad**, se plantean una serie de acciones, que tienen un carácter más intangible pero no menos importante. Aquí se trata de aspectos relacionados con:

- (i) Impulsar el desarrollo de una cultura ambiental, que tiene componentes de capacitación; diseño curricular en los colegios básicos y medios; promoción y educación cívica, etc.
- (ii) Desarrollo de una cultura competitiva, que está intrínsecamente asociado al desarrollo empresarial y a la atracción de empresas que por efecto demostración puede contribuir al fortalecimiento de esta aspiración.
- (iii) Investigación y conocimiento, que, entre otras cosas, se refiere a impulsar la investigación del medio ambiente de la región; evaluar las capacidades de carga y tener una política ambiental que haga del turismo una actividad sustentable.
- (iv) Desarrollo de una red internet empresarial, que permita conectar a los empresarios de la región para mejorar su comunicación, sus posibilidades de cooperación, y la atención de los clientes que se desplazan por toda la región.

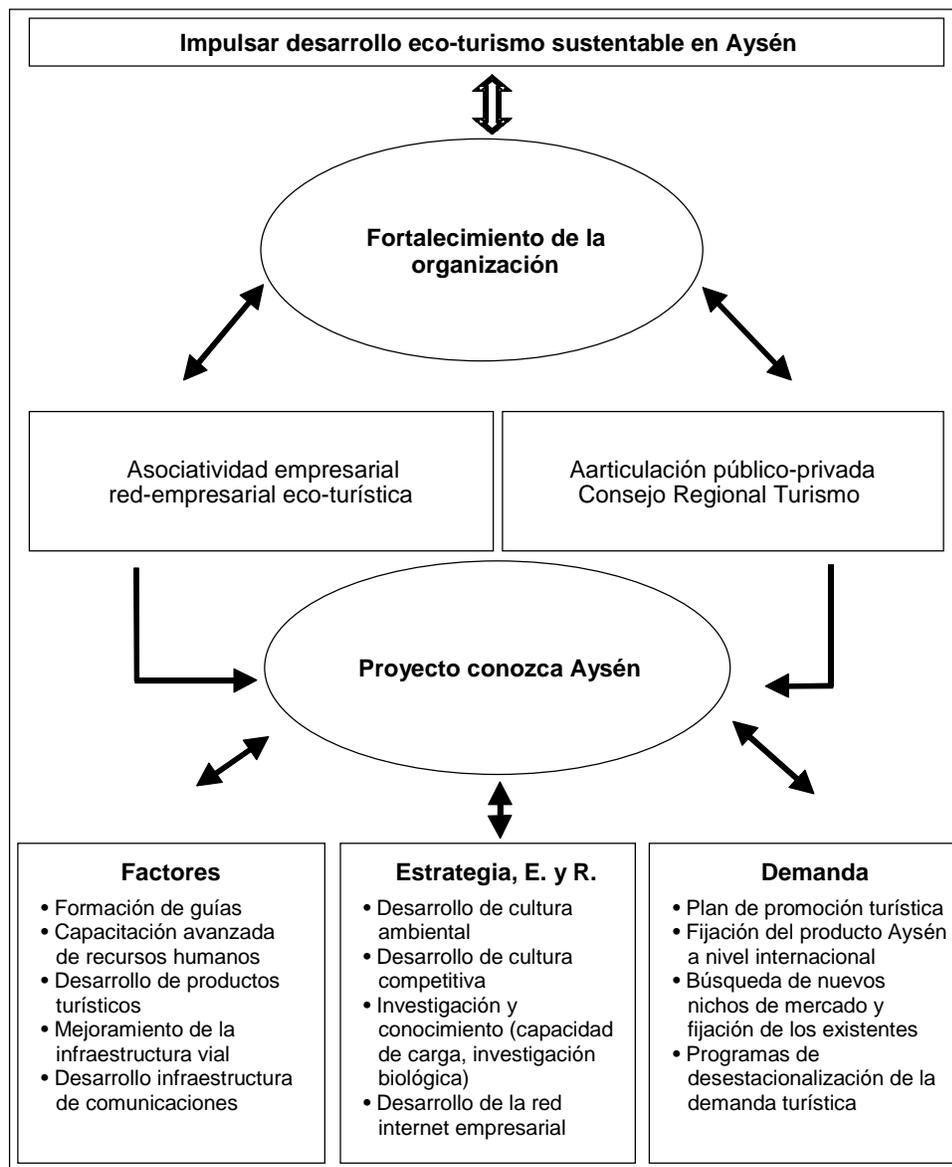
c) Respecto al factor **demanda** se trata de impulsar asociativamente distintas iniciativas que apuntan a:

- (i) Desarrollar un plan de promoción turística de la región que incluya, entre otras cosas, la producción de una guía completa de los atractivos de la región, la que debe ser preparada en distintos idiomas.

- (ii) Fijación del producto Aysén a nivel internacional, con todo lo que ello significa desde el punto de vista de la promoción.
- (iii) Búsqueda de nuevos nichos de mercado y fijación de los existentes.
- (iv) Impulso a nuevos productos turísticos que apunten a la desestacionalizar la demanda regional.

Ilustración 8

AYSÉN: LÍNEAS DE ACCIÓN PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL TURISMO



Fuente: elaboración propia.

En la medida que se pudieran ir implementando estas acciones se podrían alcanzar una serie de objetivos que esquemáticamente resumidos permitirían lo siguiente:

- (i) Lograr un desarrollo turístico coordinado a nivel regional con objetivos claros y transparentes y que cuenten con el apoyo y la participación de la comunidad en el marco de un proceso de desarrollo económico y social, ambientalmente sostenible.

- (ii) Mejorar la colaboración y coordinación de las actividades turísticas y de los empresarios entre sí.
- (iii) Lograr un aumento de la calidad, cantidad y tiempo de estadía de los turistas en la región.
- (iv) Aumentar el valor agregado de los productos turísticos de la zona.
- (v) Generar oportunidades de empleo.

Con todas estas acciones se podría avanzar decididamente en el impulso a un *cluster* eco-turístico en los términos en que se ha planteado toda esta discusión y consecuente con estos planteamientos algunos de los proyectos de inversión específicos que se podrían identificar son los que se presentan en el siguiente apartado.

2. Proyectos de inversión derivados del análisis del *cluster* destinados a potenciar los productos turísticos

A continuación se hace una descripción de los proyectos requeridos para potenciar los atractivos turísticos en el corto plazo en las áreas en que el *cluster* eco-turístico de Aysén toma lugar.

En estos proyectos se incorporan tanto, inversiones del sector público como aportes del sector privado por la vía de la concesión de terrenos fiscales.

Parque Nacional Queulat

Parque Nacional Queulat uno de los principales atractivos naturales del norte de la región de Aysén. Se sitúa en el área señalada. Este parque cuenta con un glaciar colgante, que se configura como un interesante atractivo turístico.

Las actividades propuestas se relacionan con la construcción de la infraestructura de acceso al glaciar colgante, la implementación de un camping y cabañas junto con la capacitación de los guías turísticos.

Estas actividades se complementarán con la oferta de productos turísticos existentes en la zona, permitiendo aumentar la estadía del turista en el sector.

El costo total del proyecto se sitúa cercano a los \$ 175 000 000.

Sector Lago Verde: cabalgatas históricas

No existe en la actualidad un producto turístico desarrollado en el sector de Lago Verde que recree las travesías que los antiguos colonos debían realizar para abastecerse desde Argentina; este tipo de actividades integrarían a la comunidad aportando el recuerdo colectivo de sus costumbres y tradiciones. Dentro de las actividades a realizarse surgen el diseño de la ruta, la adquisición del equipamiento y la capacitación de los guías turísticos.

El costo total del proyecto se sitúa cercano a los \$ 20.12 millones.

Proyecto “Cueva de las Manos”

La “Cueva de las Manos” es reconocida como un importante patrimonio histórico y cultural de la región de Aysén. Ésta presenta un enorme potencial turístico el cual, sin embargo, se encuentra en la actualidad en un estado de abandono y sin ninguna protección.

La idea de este proyecto, es proteger, mejorar el acceso e incorporar al circuito turístico la “Cueva de las Manos”. El proyecto consideraría la implementación de un museo histórico, el mejoramiento en la infraestructura, en términos de sus accesos y los servicios para el visitante, y un programa de capacitación de guías turísticos.

Los cálculos estimativos de los costos para la construcción de la infraestructura de manejo de la cueva y el equipamiento bordean los \$ 36.9 millones.

Reserva Nacional Jeinimeni

La Reserva Nacional Jeinimeni representa el principal atractivo natural en las cercanías de Chile Chico, pero no existen los accesos adecuados que permitan una llegada importante de turistas. El objetivo en este caso está relacionado con ampliar el tiempo de estadía de los turistas en la zona, ofreciendo nuevos productos turísticos. Actividades que complementarían la oferta existente en la zona de Chile Chico.

Las actividades propuestas se relacionan con la construcción de la infraestructura de acceso, la implementación de un camping y cabañas junto con la capacitación de los guías turísticos.

El costo total del proyecto se sitúa en torno a los \$ 297.9 millones. De los cuales \$ 53.9 millones provendrían de recursos públicos y \$ 174 000 000 de fondos privados.

Reserva Nacional Tamango “Circuito del Huemul”

La Reserva Nacional Tamango es uno de los escasos lugares donde es posible observar al huemul en su hábitat natural. Con la creación de un circuito turístico de visitas a la reserva, permitiría ofrecer un nuevo producto turístico a los visitantes de la zona de Cochrane. La propuesta incluye la habilitación de los antiguos senderos, la construcción e implementación de nuevos senderos y miradores, el estudio de la capacidad de carga y del impacto sobre la vida silvestre y la capacitación de los guías turísticos.

El costo estimado de la implementación de estas actividades se estima cercana a los \$ 56.2 millones.

Isla de los Muertos

La isla de los muertos es un atractivo histórico cercano a la localidad de Tortel. Su cementerio guarda el misterio y la leyenda de los primeros colonos de la región de Aysén. Este monumento histórico necesita medidas de conservación y resguardo para evitar su deterioro. Se requiere la construcción de infraestructura para la recepción de los turistas y la construcción de cercos junto con la capacitación de los guías turísticos respectivos.

Se estima un costo cercano a los \$ 10.4 millones.

Bibliografía

- Corporación de fomento de la producción (2001), *Informe Consolidado Fomento Productivo región de Aysén 1996-2001*, Coyhaique.
- Corporación Promoción Turística (CPT), sin fecha, *Chile: Plan de Marketing Turístico de Chile*, informe final, vol. I.
- EuroChile, CORFO XI región (1998), *Desarrollo del Agroturismo en la XI región de Aysén*, informe final, Coyhaique.
- Foro de Desarrollo Productivo, Ministerio de Economía (1997), *El desarrollo productivo de las regiones*.
- Gobierno Regional de Aysén (2001), *Mesa público-privada de desarrollo productivo de Aysén*, informe final, Coyhaique.
- INECOM, Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones (1998), *Propuestas para el desarrollo del transporte marítimo en la zona austral*, informe final tomo II.
- Instituto Nacional de Estadísticas (1980-2000), *Anuario de turismo*, Santiago de Chile.
- Instituto Profesional de Osorno, Gobernación provincial de Coyhaique, et al. (1991), *Caracterización de la Demanda Turística de Verano en la Undécima región*.
- Japan international cooperation agency (2001), "The study for promotion of investment and exports for the balanced economic development in the republic of Chile", international development center of Japan and UNICO international corporation.
- Lira, Luis (1995), "Plan estratégico para el desarrollo de la zona austral", CEPAL, Naciones Unidas.
- Ministerio de Bienes Nacionales (1996), *Programa de licitación de terrenos fiscales en la zona austral para desarrollar proyectos turísticos, términos de referencia*.
- Ministerio de Bienes Nacionales, sin fecha, *Concesiones directas del Ministerio de Bienes Nacionales*, folleto.

- Ministerio de Desarrollo y Planificación, Instituto Nacional de Estadísticas (2001), *Panorama económico y social: las regiones de Chile 1990-1999*, Santiago de Chile.
- Organización Mundial del Turismo (1996), *Anuario de Estadísticas del turismo*, Madrid, vol. I y II.
- __(1997), *Datos esenciales*, Madrid.
- Porter, M. (1980), “Competitive strategy: techniques for analyzing industries and capabilities”, *The free press, glencoe*, Illinois.
- Porter, M. (1990), “The competitive advantage of nations”, *The Macmillan Press*, London.
- Pottstock, S.; Corrales, A. y Schwartzmann, A. (1997), “Metodología para la identificación, formulación y evaluación de proyectos de inversiones en el sector turismo”, Documento de trabajo, ILPES/CEPAL, Naciones Unidas.
- Ramos, Joseph (2001), “Complejos productivos en torno a los recursos naturales: ¿Una estrategia prometedora?”, Dirven, Martine (coor.), CEPAL, Naciones Unidas, Unidad de Desarrollo Agrícola, Apertura económica y (des)encadenamientos productivos, Santiago, 396 p.
- Secretaría Regional de Planificación XI región de Aysén, Gobierno Regional de Aysén (2000), *Estrategia de desarrollo región de Aysén 2000-2006*, Coyhaique.
- Servicio Nacional de Turismo XI región de Aysén (1988), *Informe estadísticas sector turismo 1980-1987*.
- __(1998), *Comportamiento de la demanda turística en los últimos años (1994-1998) y sus perspectivas, estadísticas año 1998*.
- __(1988), *Informe Estadísticas Sector Turismo 1980-1987*.
- __(1994), *Análisis Estadístico Sector Turismo, región de Aysén*, Coyhaique.
- Servicio Nacional de Turismo XI región de Aysén, Unidad de Fomento Productivo (1999), *Estadísticas año 1998*, Coyhaique, Aysén, Chile.
- Servicio Nacional de Turismo XI región de Aysén, Unidad de Planificación SERNATUR (2000), *Estadísticas demanda turística 1999*, Coyhaique.
- Servicio Nacional de Turismo XI región de Aysén (1995), *Análisis estadístico sector turismo Región de Aysén 1994*, Coyhaique.
- __(1999), *Cuenta satélite del turismo*, Santiago de Chile.
- __(2000), *Estadísticas de demanda turística 2000*, Santiago.
- Servicio Nacional de Turismo (1996), *Gasto del turista extranjero en Chile*, Santiago de Chile.
- __(1999), *Catastro de proyectos turísticos en estudio a diciembre de 1999*, Santiago de Chile.
- __(1999), *Turismo y empleo en Chile, medición, caracterización y proyecciones*, Santiago de Chile.
- __(1999), *Una Década en el Turismo en Chile 1990-1999*, Santiago de Chile.
- Silva, Iván (2001), “Globalización y territorio: breve análisis de la evolución económica de las regiones de Chile 1960-1997”, ILPES/CEPAL, Naciones Unidas.
- The Ecotourism Society (1998), “Ecotourism statistical fact sheet”, *The International Ecotourism Society: Ecotourism Statistical fact sheet*.
- Universidad Austral, Instituto de Turismo, SERNATUR XI región de Aysén (1998), *Caracterización de la demanda turística para la XI región de Aysén*.
- Wagner, G. (1992), “Parques nacionales: demanda y regulación: un enfoque de sustentabilidad”, Instituto de Economía, Universidad Católica de Chile, *Documento de Trabajo N°148*, Santiago de Chile.
- World Tourism Organization (2000), *Tourism highlights 2000*.
- __(2001), *Tourism highlights 2001*.
- __(2001), *Long-term forecast tourism 2020 vision*.

Anexo

Proyecciones del sector turismo

En esta sección, se busca describir la metodología utilizada para proyectar el crecimiento de los turistas que ingresan a la región de Aysén. Se incorporan también las cifras de crecimiento del turismo a nivel mundial y a nivel del país, que sustentan los supuestos empleados en las diferentes proyecciones.

1. La demanda por turismo

En el cuadro 30, se muestran la estimación de turistas que la OMT calcula para el año 1999, a nivel mundial. Se señala, que de mantener la tasa de crecimiento del 4.1% anual, los 650 000 000 de personas que realizaron viajes turísticos durante 1999, llegarían a ser para el año 2010 cerca de 1 000 000 000.

Cuadro 30
PROYECCIONES DE LA DEMANDA TURÍSTICA

	Crecimiento (1990-99)	Turistas en 1999	Tasa crecimiento proyectada	Proyección de crecimiento 2010	Proyección de crecimiento 2020	
Mundial	4.0 %	650.4 millones	4.1% ^a	1 006 000 000	1 561 000 000	
Chile	7.2 %	1 622 000	País	7.2 %	3 484 925	6 984 597
			Media	5.6 %	2 953 615	5 093 228
			Mundial	4.0 %	2 496 994	3 696 162
Aysén	9.8 %	98 083	Máxima	10.9 %	306 084	861 303
			Media	9.1 %	254 376	604 969
			Mínima	7.2 %	210 735	422 361
Aysén T.A. ^b	9.8 %	39 233	Máxima	10.9 %	122 434	279 449
			Media	9.1 %	101 750	217 610
			Mínima	7.2 %	84 294	168 945

Fuente: elaboración propia en base a estadísticas de *World Tourism Organization* (WTO) y SERNATUR.

^a La OMT. Estima la base de proyección para una tasa de crecimiento anual de los turistas mundiales de un 4.1% entre 1995 y el 2020. ^bTemporada Alta. Considera los meses de diciembre, enero y febrero.

Para Chile, la OMT, estimó que en 1999 alrededor de 1 622 000 personas llegaron con fines turísticos al país. Entre 1990 y 1999 se experimentó un crecimiento promedio anual del 7.2% en el ingreso de turistas extranjeros a Chile. Este crecimiento de los turistas extranjeros sirve como fundamento para configurar un escenario optimista de evolución hacia el futuro (denominado Crecimiento País). De este modo, si el país mantiene su tasa de crecimiento, se proyecta que en el año 2010 llegarían anualmente alrededor de 3 484 925 turistas extranjeros a Chile.

Como el turismo mundial sólo crecería en una cifra cercana al 4% anual, esta tasa puede asimilarse para el período 2000-2010, a un escenario pesimista de crecimiento esperado del turismo en el país. Pues, es de esperar que la posición competitiva de Chile en el turismo internacional sea a lo menos igual que la que ocupa en el año 1999, un 0.249% del turismo mundial. Es importante mencionar, que si bien este porcentaje de participación a lo menos se mantendría, la cantidad absoluta de turistas debería aumentar en la misma proyección que se señala para el crecimiento mundial.

También se ha definido un escenario medio de crecimiento para la cantidad de turistas que ingresan al país, el cual estaría dado por el promedio entre el máximo crecimiento y el mínimo crecimiento proyectado, correspondiendo a un 5.6 % anual.

Con el fin de analizar el crecimiento proyectado de los turistas para la región de Aysén; también se definieron, tres escenarios. Se postula para la proyección, una tasa máxima de crecimiento de los turistas que debería ser del 10.9% anual. Esta cifra surge, al señalar a nivel regional, una tasa de crecimiento igual a la que en promedio se ha experimentado entre los años 1981 y 1999 en el número

de pasajeros llegados a establecimientos de alojamiento turísticos. Por otro lado, la tasa mínima de crecimiento se define en un 7.2 % anual, cifra señalada, por la tendencia del crecimiento de los turistas a nivel nacional, entre los años 1990 y 1999. La fundamentación de este último postulado surge del hecho que, seguramente, a lo menos se debería mantener la tasa de participación de la región en el turismo nacional y por lo tanto podríamos considerar al crecimiento del país (un 7.2 % anual) como un valor aproximado de lo que debería crecer la región de Aysén.

De igual manera, se presenta un escenario medio de crecimiento para la cantidad de turistas que ingresan a la región, que está dado por el promedio entre el máximo crecimiento y el mínimo crecimiento proyectado, esta tasa corresponde a un 9.1 % anual.

En general, se estima que para el año 2010, el país debería recibir entre 2.4 y 3.4 millones de turistas; y para la región de Aysén para el mismo año, recibiría entre 210 000 y 306 000 turistas anuales, de los cuales entre 84 000 y 122 000 llegarían sólo en temporada alta.

Por su parte, en el año 2020, el país debería recibir entre 3.6 y 6.9 millones de turistas, y Aysén entre 422 000 y 861 000 turistas anuales.

2. Construcción de las proyecciones

La cantidad de turistas que se utiliza para la construcción de las proyecciones, surge de las estadísticas de turismo de SERNATUR regional de Aysén, las cuales son una estimación basada en el total de pasajeros que llega a la región por los distintos medios de transporte. Para 1999, año base de las proyecciones, la cantidad de turistas que llega a Aysén es de 98 083, de los cuales el 40%, 39 233 personas, llegan en temporada alta (meses de diciembre, enero y febrero). El porcentaje que sirve de base para la estimación de los turistas que llega en temporada alta, surge de los datos de llegadas mensuales de pasajeros a establecimientos de alojamiento turísticos que recoge y publica el Instituto Nacional de Estadísticas; datos que presentan una mayor consistencia en el tiempo, a diferencia de las cifras de llegadas mensuales de pasajeros a la región de Aysén.

Las proyecciones de camas necesarias se han realizado considerando la cantidad de turistas llegados en temporada alta, debido a que son estos turistas los que generan una tasa de ocupabilidad cercana al 84% para el año 1999 y, por ende, generan la mayor inversión de las empresas. Es posible en este caso, aplicar los mismos principios de equilibrio que enfrenta una empresa en el fenómeno *peak-low pricing*.

Para determinar el crecimiento del número de turistas a futuro, se utilizó el método de cálculo del crecimiento poblacional compuesto para 11 años para la estimación al año 2010.

2.1 Distribución de los turistas por tramos de ingresos

Se realizó una diferenciación de los turistas ingresados a la región, de acuerdo a sus ingresos individuales y a su origen, ya sean chilenos o extranjeros. En este sentido, se busca, proyectado hacia el año 2010, determinar las características que deberían tener las nuevas inversiones turísticas, en relación a la estructura actual de ingresos de los turistas que visitan la región.

Para la diferenciación entre chilenos y extranjeros se utilizó el criterio de asignar un 70% de los turistas como chilenos y un 30% como extranjeros; estos porcentajes se extraen del número de pasajeros llegados a establecimientos de alojamiento turístico en la región de Aysén para el año 1999, publicados por el INE.¹⁴

Sobre la base del estudio de demanda turística para Aysén¹⁵ elaborado por la Universidad Austral en el año 1998, se extrapolan las cifras de turistas para el año 1999, en relación con los porcentajes de participación de cada segmento de ingresos personales. Por lo tanto, se definen 5 segmentos de ingresos, diferenciados para chilenos y extranjeros.

¹⁴ “Anuario Turismo 1999”, INE.

¹⁵ “Análisis y caracterización de la demanda turística para la XI región de Aysén-Chile”, Instituto de Turismo, Universidad Austral de Chile, 1998.

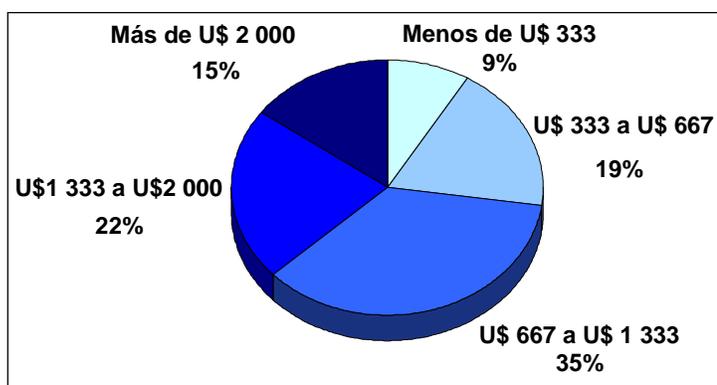
Los valores de ingresos para turistas chilenos han sido expresados en dólares, de acuerdo al tipo de cambio promedio del mes de diciembre de 1998.

Cuadro 31
AYSÉN: TURISTAS INGRESADOS EN TEMPORADA ALTA (T.A.) POR TRAMOS DE INGRESO Y ORIGEN, 1999

Ingresos turistas chilenos	% turistas	Turistas	Días/turista
Menos de U\$ 333	8.5	2 336	15 416
U\$ 333 - U\$ 667	18.7	5 139	33 916
U\$ 667 - U\$ 1 333	35.7	9 810	64 748
U\$1 333 - U\$ 2 000	22.1	6 073	40 082
Más de U\$ 2 000	14.9	4 105	27 095
Total chilenos	100.0	27 463	181 257
Ingresos turistas extranjeros			
Menos de U\$ 1 000	38.8	4 570	30 159
U\$ 1 000 a U\$ 2 000	40.0	4 708	31 073
U\$ 2 000 a U\$ 3 000	11.8	1 385	9 139
U\$ 3 000 a U\$ 4 000	7.1	831	5 483
Más de U\$ 4 000	2.4	277	1 828
Total extranjeros	100.0	11 770	77 682

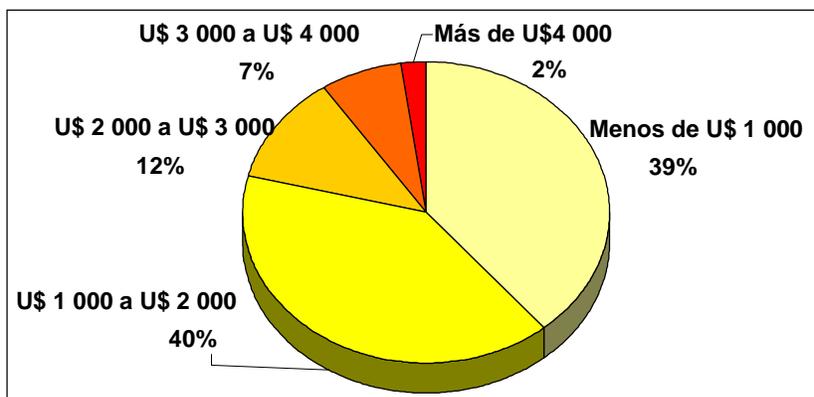
Fuente: elaboración propia.

Gráfico 16
AYSÉN: PORCENTAJES DE TURISTAS CHILENOS INGRESADOS A LA REGIÓN POR TRAMOS DE INGRESOS



Fuente: Estudio Demanda del Turismo, Universidad Austral, 1998.

Gráfico 17
AYSÉN: PORCENTAJE DE TURISTAS EXTRANJEROS INGRESADOS A LA REGIÓN POR TRAMOS DE INGRESOS



Fuente: Estudio Demanda del Turismo, Universidad Austral, 1998.

Los días turistas, se han calculado, considerando los resultados de informes de demanda turística de Aysén de SERNATUR regional, los cuales señalan que, en promedio, la cantidad de días de permanencia de los turistas en la región es de 6.6.¹⁶

La cantidad de turistas se pueden calcular y agrupar, en relación a 5 tramos categóricos de ingresos, los cuales se señalan en el cuadro 32.

Cuadro 32
AYSÉN: TURISTAS EN T.A. POR TRAMOS DE INGRESOS, 1999

Tramos de ingresos	Turistas	Días/turista
Tramo 1 (ingresos bajos)	6 905	45 575
Tramo 2 (ingresos bajos-medio)	9 847	64 988
Tramo 3 (ingresos medio)	11 195	73 887
Tramo 4 (ingresos medio-alto)	6 904	45 566
Tramo 5 (ingresos altos)	4 382	28 923
Total	39 233	258 939

Fuente: elaboración propia.

2.2 La oferta por turismo

La oferta de alojamiento en la región se ha analizado con los datos publicados por SERNATUR de la región de Aysén. Estas cifras señalan para el año 2000, una cantidad de 3 551 camas en 204 establecimientos instalados en la región. En este análisis, se incorporan tanto los recintos formales y los complementarios, pues se considera que el turista que visita la región en temporada alta no haría mayor distinción sobre este factor, al momento de tomar su decisión de pernoctar en alguno de ellos. En esta cantidad, no se han incorporado aquellos establecimientos (11 establecimientos) para los cuales no se cuenta con suficiente información.

Los establecimientos y las camas, se clasificaron en 5 grupos, definidos basándose en el costo promedio que tiene una noche de alojamiento en temporada alta. El cuadro 33, muestra la distribución de camas y establecimientos para la región, considerando el precio que éstos cobran.

Cuadro 33
AYSÉN: SEGMENTOS DE PRECIOS DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS, 2000

Tramos	Rango precios	Establecimientos	Cantidad camas	Días/cama
Tramo 1	Hasta \$ 5 000	49	596	53 640
Tramo 2	\$ 5 000 - \$ 10 000	68	969	87 210
Tramo 3	\$ 10 000 - \$ 28 000	32	638	57 420
Tramo 4	\$ 28 000 - \$ 40 000	34	726	65 340
Tramo 5	Más de \$ 40 000	21	622	55 980
Total		204	3 551	319 590

Fuente: elaboración propia.

Nota: se han excluido del total de establecimientos existentes en la región a aquellos para los cuales no existe información necesaria para incorporarla en las estimaciones.

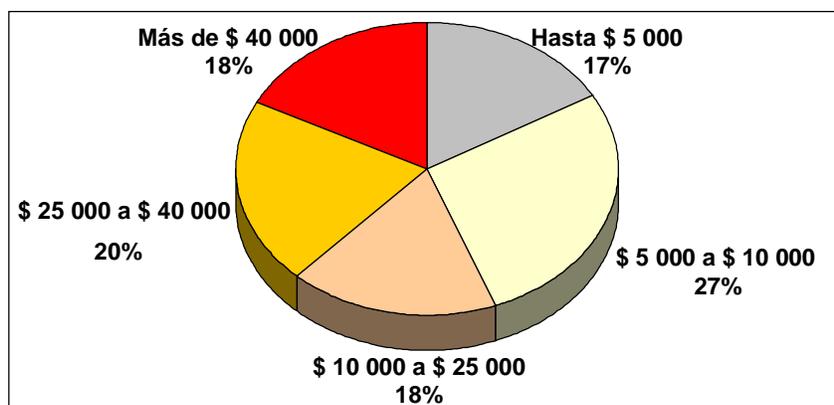
Cada uno de estos segmentos fue definido, siguiendo la técnica de la mínima varianza entre los intervalos de precios.

El indicador de días/cama, es una medida del flujo de oferta existente en la región, y resulta de multiplicar el número de camas (stock) por 90 días de funcionamiento promedio en temporada alta.

¹⁶ Cifra de días que proviene del informe de las estadísticas de demanda turística para la región de Aysén año 1999.

Es posible asignar a cada segmento de precios, un correspondiente nivel de ingresos relativo a los turistas que visitan la región. Se ha definido el supuesto débil, de que los turistas de altos ingresos tendrían una alta probabilidad de alojar en establecimientos que ofrezcan mayores comodidades y por lo tanto un mayor precio por pernoctación. De igual manera, se considera baja la probabilidad de que un turista de altos ingresos acceda a establecimientos que tengan muy pocas comodidades y, por ende, un bajo precio. Por su parte, los turistas de menores ingresos, sólo podrían acceder a establecimientos que se relacionen con su capacidad de pago.

Gráfico 18
AYSÉN: DISTRIBUCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS POR PRECIO COBRADO



Fuente: elaboración propia.

El cálculo de la tasa de ocupabilidad de las camas se realizó con los días turistas (señalados en el cuadro 32) y los días camas calculados (cuadro 33). Es decir, basándose en el flujo de turistas que ingresa a la región en temporada alta y la oferta de camas disponible.

En una situación óptima para la industria turística, el indicador de días/camas debería ser igual a los días turistas, en ese caso, la tasa de ocupación sería de un 100%.

Cuadro 34
TASA DE OCUPABILIDAD DE CAMAS POR SEGMENTOS, 2000

Segmento	Rango precios	Tasa ocupabilidad
Segmento 1	Hasta \$ 5 000	85.0%
Segmento 2	\$ 5 000 - \$ 10 000	74.5%
Segmento 3	\$ 10 000 - \$ 28 000	128.7%
Segmento 4	\$ 28 000 - \$ 40 000	69.7%
Segmento 5	Más de \$ 40 000	51.7%
Total		81.0%

3. Proyecciones de crecimiento del turismo

Como anteriormente ya se señaló, las proyecciones del crecimiento del número de turistas se realizaron considerando tres escenarios de crecimiento (optimista, medio y conservador).

3.1 Proyecciones para el escenario optimista de crecimiento (máximo crecimiento)

Para este caso, la cantidad de turistas en la región se comportaría en el futuro, como lo ha hecho desde 1981; aplicando por lo tanto la tasa de crecimiento del 10.9% anual sobre la base de los turistas llegados a Aysén en temporada alta en 1999 hasta el año 2010.

Cuadro 35
AYSÉN: PROYECCIONES TURISMO 2010, ESCENARIO DE CRECIMIENTO OPTIMISTA (MÁXIMO)

Tramos de ingresos	Rango precios	Turistas	Días turista	% ocupación	Días/camas 2010 (80%)	Total camas 2010 (80%)
Tramo 1 (bajos)	Hasta \$ 5 000	21 549	142 224	265.1	177 780	1 975
Tramo 2 (bajo-medio)	\$ 5 000 - \$ 10 000	30 728	202 807	232.6	253 509	2 817
Tramo 3 (medio)	\$ 10 000 - \$ 28 000	34 936	230 577	401.6	288 221	3 202
Tramo 4 (medio-alto)	\$ 28 000 - \$ 40 000	21 545	142 195	217.6	177 744	1 975
Tramo 5 (altos)	Más de \$ 40 000	13 676	90 259	161.2	112 824	1 254
Total		122 434	808 062	252.8	1 010 077	11 223

Fuente: elaboración propia.

En el cuadro 35 se pueden apreciar los resultados obtenidos; se presentan los turistas que ingresarían, a la vez que los días turistas asociados a esa cantidad. Para todos los escenarios de proyección, se plantea el supuesto de que la cantidad de días de estadía en la región no variaría mayormente en el futuro de los 6.6 días. En la columna “porcentaje ocupación” se ha calculado la ocupabilidad que las camas tendrían en el año 2010, si se mantuviera la misma cantidad de camas que en el año base. En este caso como la ocupabilidad de las camas fluctuaría entre un 161.2% y un 401.6%, siendo 252% el promedio de todos los tramos. Es decir, hacia el año 2010 las camas en temporada alta se ocuparían más del doble de lo que pueden ofrecer, si es que no hay ampliación hasta esa fecha, además que los tramos que tendrían una mayor demanda, serían los tramos 2 y 3, cuyos precios actualmente fluctúan entre \$ 5 000 y \$ 28 000 por noche.

Por otro lado, si se mantiene constante una tasa de ocupación de las camas del 80% para la temporada alta y un total de 90 días disponibles se esperaría que los días camas proyectados llegarán a un total 1 010 077 para el año 2010. Lo anterior se traduce en la necesidad de disponer de 11 223 camas a la fecha mencionada.

3.2 Proyecciones para el escenario de crecimiento medio

Cuadro 36
AYSÉN: PROYECCIONES TURISMO 2010, ESCENARIO DE CRECIMIENTO MEDIO

Tramos de ingresos	Rango precios	Turistas	Días turista	% ocupación	Días/camas 2010 (80%)	Total camas 2010 (80%)
Tramo 1 (bajos)	Hasta \$ 5 000	17 909	118 198	220	147 747	1 642
Tramo 2 (bajo-medio)	\$ 5 000 - \$ 10 000	25 537	168 546	193	210 682	2 341
Tramo 3 (medio)	\$ 10 000 - \$ 28 000	29 034	191 625	333	239 531	2 661
Tramo 4 (medio-alto)	\$ 28 000 - \$ 40 000	17 905	118 173	180	147 717	1 641
Tramo 5 (altos)	Más de \$ 40 000	11 365	75 011	134	93 764	1 042
Total		101 750	671 553	210	839 441	9 327

Fuente: elaboración propia.

Para el caso de la proyección basada en la media de las tasas de crecimiento, se presentan la necesidad de contar con 839 441 días/camas para el año 2010, lo que se traduce en aproximadamente 9 327 camas.

En este escenario de crecimiento, para el año 2010, se estima que llegarían a la región durante el año 178 063 turistas chilenos y 76 313 extranjeros, totalizando 254 376 turistas. El tramo 4 (turistas con ingresos medios-altos) es el que requerirá de la mayor inversión en nuevas camas.

3.3 Proyecciones para el escenario conservador de crecimiento (mínimo crecimiento)

Cuadro 37
AYSÉN: PROYECCIONES TURISMO 2010, ESCENARIO DE CRECIMIENTO CONSERVADOR (BAJO)

Tramos de ingresos	Rango precios	Turistas	Días turista	% ocupación	Días/camas 2010 (80%)	Total camas 2010 (80%)
Tramo 1 (bajos)	Hasta \$ 5 000	14 836	97 920	182	122 399	1 360
Tramo 2 (bajo-medio)	\$ 5 000 - \$ 10 000	21 156	139 630	160	174 537	1 939
Tramo 3 (medio)	\$ 10 000 - \$ 28 000	24 053	158 749	276	198 437	2 205
Tramo 4 (medio-alto)	\$ 28 000 - \$ 40 000	14 833	97 899	149	122 374	1 360
Tramo 5 (altos)	Más de \$ 40 000	9 415	62 142	111	77 678	863
Total		84 294	556 340	174	695 425	7 727

Fuente: elaboración propia.

Para el caso de la proyección basada en un crecimiento bajo del número de turistas, se espera que los días camas se sitúen en torno a 695 425. Con ello, se requiere que 7 272 camas funcionen en la región a esa fecha. De igual manera, es el tramo 4 el que requerirá de las mayores inversiones, es así que el crecimiento en el número de camas de este grupo debería ser cercano a un 230% hasta el año 2010.

Por su parte, si se considera tanto la temporada alta como la baja, los turistas que ingresarían a la región hacia el año 2010, serían alrededor de 210 735, de los cuales 147 514 corresponderían a chilenos y 63 220 a turistas extranjeros.

A modo de resumen, el cuadro 38, muestra las camas adicionales (se descuentan las existentes en el año 2000), necesarias para satisfacer la demanda proyectada hasta el año 2010 y el porcentaje de crecimiento que experimentarían respecto a la cantidad existente en el año 2000. Todo de acuerdo a los tramos definidos y a los diferentes escenarios proyectados para el crecimiento de los turistas que ingresan a la región de Aysén.

Cuadro 38
RESUMEN CAMAS ADICIONALES POR ESCENARIOS DE CRECIMIENTO Y TRAMOS

Tramos de ingresos	Rango precios	Optimista	Media	Conservador
Tramo 1	Hasta \$ 5 000	1 379	1 046	764
Tramo 2	\$ 5 000 - \$ 10 000	1 848	1 372	970
Tramo 3	\$ 10 000 - \$ 28 000	2 564	2 023	1 567
Tramo 4	\$ 28 000 - \$ 40 000	1 249	915	634
Tramo 5	Más de \$ 40 000	632	420	241
Total		7 672	5 776	4 176

Fuente: elaboración propia.

4. Inversiones requeridas

Basándose en las estimaciones realizadas, es posible calcular las inversiones en camas adicionales necesarias para el período 2000-2010. Para ello, se consideró un promedio de los costos necesarios para la construcción de los establecimientos dependiendo de sus rangos de precios. El supuesto implícito en este ejercicio es que, para poder cobrar un precio mayor por el alojamiento, se requiere proveer mejores servicios y comodidades, los cuales se determinan en gran medida por la inversión en infraestructura involucrada.

Se realizó un análisis de los costos asociados a la construcción de cada cama, dependiendo del segmento de mercado al cual se dirige. De este modo, se establece el siguiente cuadro de costos promedio.

Cuadro 39
COSTO PROMEDIO INVERSIÓN POR CAMA

Tramo	Precios	Total
Tramo 1	Hasta \$ 5 000	\$ 733 719
Tramo 2	\$ 5 000 - \$ 10 000	\$ 1 317 214
Tramo 3	\$ 10 000 - \$ 28 000	\$ 1 450 660
Tramo 4	\$ 28 000 - \$ 40 000	\$ 2 639 861
Tramo 5	Más de \$ 40 000	\$ 6 049 773
Costo promedio total		\$ 2 438 245

Fuente: elaboración propia.

Nota: cifras en pesos promedio del año 2000.

Los valores, han sido confeccionados, recopilando información de las inversiones en la región entre los años 1990 y 2000, actualizados a precios del año 2000. Estos valores deben considerarse sólo como aproximaciones de la inversión necesaria para instalar un establecimiento con cierta cantidad de camas y nivel de comodidades. Los valores no incorporan el precio del terreno ni el precio del dinero en el tiempo.

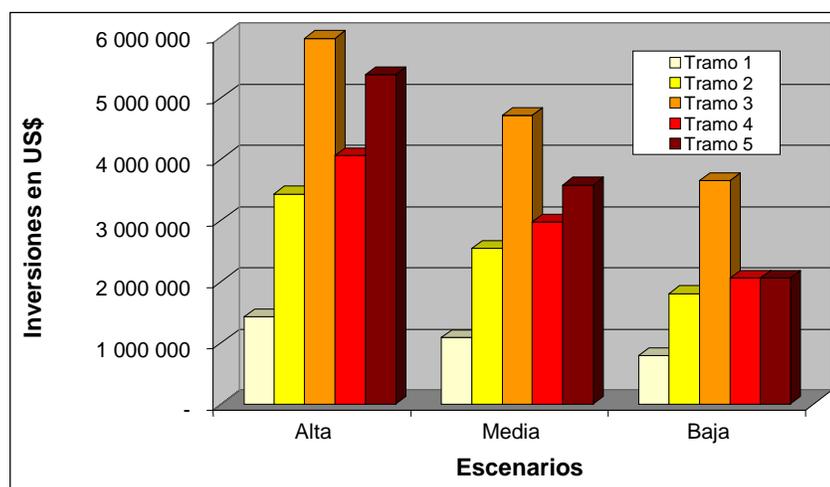
Cuadro 40
AYSÉN: INVERSIONES REQUERIDAS EN EL SECTOR TURÍSTICO HASTA EL AÑO 2010

Tramos	En millones de pesos promedio del año 2000			En miles de US\$		
	Optimista	Media	Conservador	Optimista	Media	Conservador
Tramo 1	1 012	767	560	1 425	1 080	789
Tramo 2	2 433	1 807	1 278	3 428	2 545	1 800
Tramo 3	4 242	3 347	2 592	5 975	4 715	3 651
Tramo 4	2 879	2 110	1 461	4 056	2 972	2 058
Tramo 5	3 821	2 539	1 458	5 381	3 577	2 054
Total	14 389	10 572	7 350	20 266	14 890	10 353

Fuente: elaboración propia.

Nota: cifras en pesos promedio del año 2000.

Gráfico 19
AYSÉN: INVERSIONES REQUERIDAS EN EL SECTOR TURÍSTICO HASTA EL AÑO 2010



Fuente: elaboración propia.



Serie

Gestión pública

Números publicados

- 1 Función de coordinación de planes y políticas, Leonardo Garnier, (LC/L.1329-P; LC/IP/L.172) N° de venta: S.00.II.G.37 (US\$10.00), 2000 [www](#)
- 2 Costo económico de los delitos, niveles de vigilancia y políticas de seguridad ciudadana en las comunas del Gran Santiago, Iván Silva, (LC/L.1328-P; LC/IP/L.171) N° de venta: S.00.II.G.14 (US\$10.00), 2000 [www](#)
- 3 Sistemas integrados de administración financiera pública en América Latina, Marcos Makon, (LC/L.1343-P; LC/IP/L.173) N° de venta: S.00.II.G.33 (US\$10.00), 2000 [www](#)
- 4 Función de evaluación de planes, programas, estrategias y proyectos, Eduardo Wiesner, (LC/L.1370-P; LC/IP/L.175) N° de venta: S.00.II.G.49 (US\$10.00), 2000 [www](#)
- 5 Función de pensamiento de largo plazo: acción y redimensionamiento institucional, Javier Medina, (LC/L.1385-P; LC/IP/L.176), N° de venta: S.00.II.58 (US\$10.00), 2000 [www](#)
- 6 Gestión pública y programación plurianual. Desafíos y experiencias recientes, Ricardo Martner, (LC/L.1394-P; LC/IP/L.177), N° de venta: S.00.II.G.67 (US\$10.00), 2000 [www](#)
- 7 La reestructuración de los espacios nacionales (LC/L.1418-P, LC/IP/L.178) N° de venta: S.00.II.G.90 (US\$ 10.00), 2000 [www](#)
- 8 Industria y territorio: un análisis para la provincia de Buenos Aires, Dante Sica, (LC/L.1464-P; LC/IP/L.185), N° de venta: S.01.II.G.52, (US\$ 10.00), 2001 [www](#)
- 9 Policy and programme evaluation in the english-speaking Caribbean: conceptual and practical issues, Deryck R. Brown (LC/L.1437-P; LC/IP/L.179) Sales number: E.00.II.G.119 (US\$10.00), 2000 [www](#)
- 10 Long-term planning: institutional action and restructuring in the Caribbean, Andrew S. Downes, (LC/L.1438-P; LC/IP/L.180) Sales number: E.00.II.G.120 (US\$10.00), 2000 [www](#)
- 11 The British Virgin Islands national integrated development strategy, Otto O'Neal, (LC/L.1440-P; LC/IP/L.181) Sales number: E.00.II.121 (US\$10.00), 2000 [www](#)
- 12 Descentralización en América Latina: teoría y práctica, Iván Finot, (LC/L. 1521-P; LC/IP/L. 188), N° de venta: S.01.II.G.64 (US\$ 10.00), 2001 [www](#)
- 13 Evolución de los paradigmas y modelos interpretativos del desarrollo territorial, Edgard Moncayo Jiménez, (LC/L. 1587-P; LC/IP/L.190), N° de venta: S.01.II.G.129, (US\$10.00), 2001 [www](#)
- 14 Perú: gestión del Estado en el período 1990-2000, Carlos Otero, (LC/L. 1603-P; LC/IP/L.193), N° de venta: S.01.II.G.143, (US\$ 10.00), 2001 [www](#)
- 15 Desempeño de las industrias de electricidad y gas natural después de las reformas: el caso de Argentina, Héctor Pistonesi, (LC/L. 1659-P; LC/IP/L. 196), N° de venta: S.01.II.G.193 (US\$10.00), 2001 [www](#)
- 16 Políticas de concesión vial: análisis de las experiencias de Chile, Colombia y Perú, Dolores María Rufián Lizana, (LC/L. 1701-P; LC/IP/L. 199), N° de venta: S.02.II.G.12 (US\$10.00), 2002 [www](#)
- 17 El sistema presupuestario en el Perú, Rossana Mostajo, (LC/L.1714-P; LC/IP/L.200), N° de venta: S.02.II.G.24 (US\$10.00), 2002 [www](#)
- 18 Competitividad, eficiencia energética y derechos del consumidor en la economía chilena, Patricio Rozas Balbontín, (LC/L.1718-P; LC/IP/L.201), N° de venta: S.02.II.G.29 (US\$10.00), 2002 [www](#)

- 19 Perú: el Estado como promotor de la inversión y el empleo, Juan Carlos Lam, (LC/L.1727-P; LC/IP/L.202), N° de venta: S.02.II.G.37 (US\$10.00), 2002 [www](#)
- 20 La equidad distributiva y el sistema tributario: un análisis para el caso argentino, Juan Carlos Gómez Sabaini, Juan José Santieri y Darío Alejandro Rossignolo, (LC/L.1733-P; LC/IP/L.203), N° de venta: S.02.II.G.43 (US\$10.00), 2002 [www](#)
- 21 ¿La presupuestación tiene algún futuro?, Allen Shick, (LC/L.1736-P; LC/IP/L.204), N° de venta: S.02.II.G.46 (US\$10.00), 2002 [www](#)
- 22 El proceso de privatizaciones en el Perú durante el período 1991-2002, Ariela Ruiz Caro, (LC/L.1762-P; LC/IP/L.207), N° de venta: S.02.II.G.75 (US\$10.00), 2002 [www](#)
- 23 Reformas y políticas sectoriales en la industria de telecomunicaciones en Chile y Perú, José Ricardo Melo, (LC/L.1768-P; LC/IP/L.208), N° de venta: S.02.II.G.83 (US\$10.00), 2002 [www](#)
- 24 Desarrollo local y alternativas de desarrollo productivo: el impulso de un *cluster* eco-turístico en la región de Aysén, Iván Silva Lira, (LC/L.1804-P; LC/IP/L.210), N° de venta: S.02.II.G.124 (US\$10.00), 2002 [www](#)

-
- El lector interesado en números anteriores de esta serie puede solicitarlos dirigiendo su correspondencia a la Dirección de Gestión del Desarrollo Local y Regional del ILPES, CEPAL, Casilla 179-D, Santiago, Chile. No todos los títulos están disponibles.
 - Los títulos a la venta deben ser solicitados a la Unidad de Distribución, CEPAL, Casilla 179-D, Santiago, Chile, Fax (562) 210 2069, publications@eclac.cl.
 - [www](#): Disponible también en Internet: <http://www.eclac.cl>

Nombre:
Actividad:
Dirección:
Código postal, ciudad, país:
Tel.: Fax: E.mail: