

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE TURISMO**



# **PROYECTO DE GRADO**

## **LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA LA IMPLMETACIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD INDIGENA TOREHUA EN EL PN-ANMI MADIDI**

**POSTULANTE:** Guelly Macuapa Loayza

**TUTOR:** Lic. David Escobar Flower

**SAN BUENAVENTURA - BOLIVIA  
2017**

## AGRADECIMIENTO

*A Dios, supremo creador por la guía permanente de mi vida*

*A mi madre Marta Loayza y mi Padre Eugenio Macuapa (+), por inculcarme el camino  
de la superación*

*A mi esposo Daniel Beyuma, a mis hijos Darwin Fernando, Jadriel Daniel y Liz Kenia  
por su apoyo permanente,*

*A mis hermanos y familia entera, por sus palabras de superación*

*A todos ellos les agradezco desde lo más profundo de mi corazón.*

## CONTENIDO

<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>7</b>
<b>II. ANTECEDENTES .....</b>	<b>8</b>
<b>III. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>IV. IDENTIFICACIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....</b>	<b>10</b>
<b>V. OBJETIVOS DEL PROYECTO .....</b>	<b>11</b>
<b>1. METODOLOGÍA APLICADA AL PROYECTO.....</b>	<b>12</b>
1.1. Proceso de Planificación del proyecto .....	12
1.2. Investigación documental .....	¡Error! Marcador no definido.
1.3. Investigación de campo .....	13
1.4. Análisis cuantitativo .....	16
1.5. Análisis cualitativo .....	16
1.6. Determinación de la muestra .....	17
<b>2. MARCO CONCEPTUAL .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
2.1. Definición de turismo .....	20
2.2. Destino turístico.....	21
2.3. Servicios turísticos.....	22
2.4. Calidad de los servicios turísticos.....	22
2.5. Recurso turístico y atractivo turístico .....	23
<b>3. MARCO INSTITUCIONAL .....</b>	<b>35</b>
3.1. Nivel central del Estado.....	35
3.2. Nivel departamental.....	39
3.3. Nivel municipal .....	40
<b>4. MARCO LEGAL O JURÍDICO.....</b>	<b>42</b>
4.1. La Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, 2008 .....	42
4.2. Ley N° 292 Ley general de turismo “Bolivia te espera”.....	43
4.3. La Ley de medio ambiente No. 1333 (27 de abril de 1992) .....	44
4.4. Reglamento general de Áreas Protegidas D S N° 24781 .....	44
4.5. Reglamento general de operación turística en áreas protegidas (D.S. 28591) 2016 .....	46
4.6. Reglamento de Operación Turística Específico del PNANMI Madidi - ROTE.....	47
<b>5. DIAGNÓSTICO.....</b>	<b>57</b>
5.1. Análisis del turismo a nivel internacional.....	57
5.2. Análisis del turismo a nivel nacional .....	59
5.3. Análisis de la situación del turismo en el PN ANMI Madidi como área de estudio.....	63
5.4. Análisis de la situación actual del área del proyecto .....	64
5.5. Análisis de la oferta turística .....	72
5.6. Síntesis del potencial turístico en la comunidad de Torehua .....	97
5.7. Análisis, interpretación y conclusión de las encuestas.....	105
5.8. Perfil del turista .....	106
5.9. Aspectos sociales institucionales y económicos .....	107
5.10. Gestión ambiental .....	108
5.11. Importancia del turismo para la administración gubernamental y no gubernamental.....	114
5.12. Análisis FODA .....	115
5.13. Situación actual, respecto al análisis del diagnóstico .....	118

<b>6. PROPUESTA.....</b>	<b>120</b>
6.1. Líneas de acción estratégica .....	122
6.2. “Ruta turística petroglifos del Madidi” – perfil de proyecto .....	<b>140</b>
6.3. Modelo de gestión turística.....	154
<b>7. PRESUPUESTO GENERAL DEL PROYECTO DE GRADO .....</b>	<b>158</b>
<b>8. CONCLUSIÓN .....</b>	<b>159</b>
<b>9. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>160</b>
<b>10. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>161</b>

## I. RESUMEN TÉCNICO DEL PROYECTO

El Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Maddi, en la actualidad forma parte del tercer Destino Turístico más importante de Bolivia como es el destino Rurrenabaque Madidi Pampas, con su oferta turística Selva y con un centro turístico de distribución y estadía Rurrenabaque.

Actualmente el Madidi, como oferta turística se restringe a las riveras del río Tuichi, donde prácticamente se desarrolla toda la operación ecoturística con actividades y atractivos similares, lo que hace la diferencia, es precisamente el cuidado ambiental que algunas operadoras se esfuerzan en este aspecto, la calidad del servicio se basa en la capacitación de los Recursos Humanos y el nivel de inversión económica que destinan a sus infraestructuras.

En base a lo expuesto, el presente proyecto ha puesto especial énfasis en el análisis de las características particulares de la oferta, tomado en cuenta la opinión de los comunarios de Torehua, los Guardaparques y algunos guías que conocen el recorrido, ellos conforman los actores claves de todo el estudio realizado, que sus intervenciones mostraron a la luz la necesidad de conservación, el todo de la cultura y posibilidad de desarrollo turístico de la comunidad Torehua.

De esa manera, el presente proyecto se ha estructurado de la siguiente forma:

- En primera instancia, se hace mención a los aspectos introductorios generales del proyecto haciendo referencia a los antecedentes del proyecto académico, el apoyo por medio de Madidi como área protegida, análisis de la problemática, misma que ha orientado la formulación de los objetivos que se convierten en el norte del proyecto.
- La metodología, que orientó y guio la elaboración del presente trabajo, poniendo en práctica la planificación participativa. Así se define el proceso de la investigación que se estructura en dos grandes fases; **1.-** la investigación

documental, 2.- el trabajo de campo, en ambos casos se hizo uso técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.

- El Marco conceptual, muestra un panorama del Turismo, definiendo los principales conceptos de uso más corriente, sin dejar de lado definiciones, principios y teorías que apoyan y sustentan el cuerpo del proyecto con términos relacionados al medio ambiente y la cultura, concluyendo conceptos específicos que ayudaron a estructurar la investigación, además de facilitar la comprensión del documento.
- El Marco Legal, realiza un análisis de la parte jurídica que impulsan el desarrollo del turismo en las regiones del país y en particular la que rige las áreas protegidas y específicamente lo que norma la operación del turismo en Parque Madidi.
- El Diagnostico, presenta aspectos fundamentales de mucha importancia, analizados y procesados donde se considera variables como: demanda, oferta y gestión turística; variable que fueron analizadas por los actores a través de encuestas y entrevistas, convirtiendo así en aportes fundamental para orientar el desarrollo del proyecto. Este proceso fue enriquecido por el análisis FODA que arroja los lineamientos estratégicos para alcanzar el objetivo trazado.
- La propuesta, en base a los objetivos trazados se define los lineamientos estratégicos para la implementación del turismo en la comunidad. Pero por exigencia de los comunarios se realiza una propuesta focalizada, de tal manera de contar con una idea que oriente su implementación del proyecto “La Ruta de los Petroglifos del Beo” a corto plazo.

## I. INTRODUCCIÓN

El turismo es un sector económico en crecimiento, ligado al uso del patrimonio natural y cultural, pero lamentablemente la falta de planificación y regulación han dado lugar a un turismo masivo y descontrolado que amenaza al patrimonio, generando problemas sociales que han alterado los modos de vida principalmente de las comunidades receptoras.

Por este motivo, el turismo planificado debe considerar, como elementos fundamentales los aspectos sociales, económicos, culturales y ambientales, así como la corresponsabilidad entre los actores locales y los turistas. Por lo que es necesario concebir un modelo de turismo basado en la valorización del patrimonio como valor agregado, bienes que constituyen la memoria de los pueblos y el legado de las generaciones venideras, para concebir un modelo de turismo que afirme la necesidad de revertir el consumismo por un modelo de desarrollo social con identidad propia.

Esto hace que el turismo comunitario, se enfoque a que las actividades turísticas que se realizan en la comunidad son desarrolladas por los propios comunarios y los beneficios están en manos de las propias comunidades comprometidas.

Es en este contexto, se pretende definir los lineamientos estratégicos para la implementación del turismo comunitario en la comunidad indígena de Torehua, comunidad que se encuentra ubicada al margen derecho del río Beni a 3 horas de la población de San Buenaventura, dentro de los límites del PN ANMI Madidi con una altura de 220 msnm, limita al norte con la TCO. Tacana, al sur con el Río Beni, al oeste con la serranía del Chepete al este con el ingreso al río Tuichi.

Se espera que, con la implementación de este proyecto, en primera instancia se beneficie a 14 familias de las 21 que conforma toda la comunidad, ya que al momento esta comunidad no tiene capacidad de recepcionar turistas y peor aún operar el turismo de manera sostenible y comunitaria.

## II. ANTECEDENTES

El Parque Nacional Madidi, es considerado como uno de los lugares de mayor potencialidad para el turismo, al formar parte de una de las regiones más ricas en biodiversidad del mundo, con una amplia diversidad de ecosistemas.

Al presente, no existen dudas sobre la importancia que va adquiriendo la actividad turística en la economía nacional y todo apunta a que en un futuro seguirá su ritmo ascendente, tanto como su protagonismo en la economía que cada vez es mayor, superando en varios casos a muchos de los sectores, no es sorpresa saber que precisamente la mayor actividad turística se efectuó en áreas protegidas como la Reserva Nacional de Fauna Eduardo Abaroa, Parque Nacional Sajama, Área Natural de Manejo Integrado Apolobamba, Reserva Municipal Santa Rosa del Yacuma.

En la actualidad el Parque Nacional Madidi cuenta con diferentes circuitos turísticos, albergues ecológicos, senderos, donde prácticamente, la oferta es similar sin lograr una diversificación real de su producto selva.

Así mismo, el Madidi cuenta con dos emprendimientos turísticos comunitarios (Chalalán y San Miguel del Bala), aspecto que demuestra que no está aprovechando su enorme potencial, para implementar el turismo comunitario como oferta diversificada, misma que están enmarcados en las políticas de conservación de la biodiversidad y el medioambiente, el rescate cultural y el beneficio económico para las familias comprometidas. Entonces, es aquí donde se ve la importancia de definir Lineamientos Estratégicos para la implementación del turismo comunitario para la comunidad indígena de Torehua, tal es el objeto del presente proyecto de grado.

Este proyecto nace como demanda de los propios comunarios, ellos señalan que tocaron muchas puertas para que se les colabore con este estudio, para buscar financiamiento; puertas que lamentablemente están cerradas, dicen que por ser pobres nadie le ayuda, por esto, mi persona buscó el apoyo del PN Madidi, se decide realizar este proyecto.



### III. JUSTIFICACIÓN

El turismo planificado y organizado puede convertirse en un instrumento dinamizador del desarrollo y crecimiento económico de los pueblos y comunidades menos favorecidas. Esto lo saben muy bien los comunarios de Torehua, porque conocen el cambio que tuvo Rurrenabaque gracias al turismo, es por eso que proyectan al turismo como un motor para impulsar su desarrollo.

Es por eso, que la definición de lineamientos estratégicos del turismo comunitario, orientará la estructura de los productos turísticos a definir, en base a su enorme potencial que la comunidad guarda, para generar alternativas sostenibles que tiendan a mejorar la calidad de vida de las familias, de esta manera, aprovechar más eficiente la posición en el mercado de Rurrenabaque y el Madidi para promover el turismo comunitario en la comunidad de Torehua, ampliando sus condiciones de desarrollo, respetando el medio ambiente, que rescate, proteja y conserve la cultura local, para brindar una oportunidad de desarrollo valorando las acciones que los comunarios realizan como pilares fundamental para la conservación de los recursos naturales y con un manejo adecuado se logre generar beneficios económicos que sean distribuidos entre todos o la mayoría, y de esa manera alcanzar en un mediano a largo plazo se logre mejorar la calidad de vida.

En resumen, esta propuesta tiene el desafío de elevar el valor turístico de la Torehua como comunidad Indígena, al mismo tiempo de proteger y buscar la oportunidad de desarrollo en base a un turismo sustentable, organizado y con calidad de servicios.

Una sentida deficiencia del Madidi, es la falta de instrumentos de planificación turística que guíen las acciones a seguir en materia de turismo y líneas de intervención en base a los recursos, atractivos y el gran potencial turístico que guarda el área protegida.

#### **IV. IDENTIFICACIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

La problemática que afecta a la comunidad de Torehua, es la inexistencia de apoyo técnico especializado que dé a conocer con claridad sobre la importancia de contar con el producto turísticos comunitarios enmarcados en documentos que orienten el desarrollo del turismo.

Es comprensible el desconocimiento del turismo entre los comunarios, generado confusión, quienes piensan que contar con un albergue es suficiente para desarrollo turístico sin considerar la importancia de otros componentes y lineamientos turísticos que garanticen la sostenibilidad del proyecto y su comercialización.

Torehua nunca pudo consolidarse en el mercado, como un producto turístico por falta de apoyo técnico, capacitación de recursos humanos. Tal vez sea el momento adecuado ya que hoy día existen políticas del gobierno central, departamental que generen incentivos en los comunarios y vean en el turismo como una alternativa de empleo y el mejoramiento a la calidad de vida.

Se puede determinar que pese a la cercanía de la comunidad al destino Rurrenabaque, no se aprovecha su ubicación primordialmente aun siendo una comunidad del PN-ANMI Madidi.

## V. OBJETIVOS DEL PROYECTO

Los objetivos del proyecto están orientados a buscar una alternativa de solución en base a la problemática de la comunidad de Torehua, mediante la diversificación de la oferta turística con actividades turísticas diferentes y orientadas al turismo comunitario.

### a) General

- Definir lineamientos estratégicos sustentables y comunitarios, promoviendo un turismo organizado de acuerdo al potencial turístico de la comunidad de Torehua y la visión de los actores locales involucrados.

### b) Específicos

- Establecer líneas de acción estratégicas que orienten el desarrollo del turismo comunitario en la comunidad de Torehua.
- Precisar una ruta turística que involucre naturaleza y cultura como un proyecto a ser implementado en beneficio de la comunidad Torehua
- Enmarcar la operación turística de la comunidad de Torehua en los instrumentos de Gestión Turística que regulan la operación del turismo en el Área Protegida del Madidi.

## **1. METODOLOGÍA APLICADA AL PROYECTO**

Como aspecto metodológico principal, del presente proyecto de grado, se toma en cuenta “La Guía de elaboración de trabajos académicos de grado y procesos de titulación” carrera de turismo de la UMSA. Este es un proyecto académico por lo que se pone en práctica los conocimientos adquiridos en el transcurso de la formación profesional, de acuerdo a la manera de intervención a los actores involucrados, se usó técnicas e instrumentos de recolección de datos que coadyuvaron y facilitaron el estudio y la estructuración del documento.

Según las características de la investigación y el nivel de conocimiento que persigue, se aplica en estudio descriptivo y analítico, empleado en las fases de la investigación documental y de campo de manera prospectiva.

### **1.1. Proceso de Planificación del proyecto**

El modelo de planificación que se utilizó para abordar el presente proyecto, es la planificación turística participativa, teniendo como actores claves a las familias de la Comunidad de Torehua, al Cuerpo de Protección y personal del Parque Nacional Madidi y Municipio de San Buenaventura.

El proyecto nace a raíz de la necesidad de definir lineamientos estratégicos que enmarquen las futuras acciones orientadas a crear actividades turísticas como una alternativa para diversificar la actual oferta tradicional del Madidi. Esto se dio a iniciativas de los dirigentes indígenas de la comunidad de Torehua, misma que fue autorizado por la Dirección y Unidad de Turismo del Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Madidi.

Siguiendo la “Guía metodológica para la elaboración de proyecto de grado en la carrera de turismo de la UMSA”, se partió la investigación a través del árbol de problemas para

definir los objetivos que a lo largo debe reflejar los resultados en programas y proyectos y/o líneas de acción estratégica.

### **1.2. Investigación documental**

La fase de la investigación documental, permitió obtener conocimiento a partir de análisis de la información en documentos, como fuentes secundarias, particularmente esta fase, conforma parte inicial del proyecto.

Las técnicas usadas en la investigación documental, fueron básicamente; el rastreo bibliográfico de libros, revistas, folletos, web e investigaciones y proyectos, donde se utiliza como instrumento; las fichas bibliográficas, fotocopias y libreta de apuntes.

### **1.3. Investigación de campo**

Fue la recolección de datos e información de manera directa o de fuentes primaria de investigación, es decir, se hizo el abordaje al actor clave (sujeto de la investigación), donde se utilizó las siguientes técnicas e instrumentos:

#### **1.3.1. Técnicas utilizadas**

Las técnicas de la entrevista, georeferenciación, inventariación de atractivos turísticos, la observación directa:

#### **1.3.2. Instrumentos utilizados**

Guía de entrevistas, cuestionario de encuestas, cámara fotográfica, GPS (Sistema de Posicionamiento Global), fichas de inventariación de atractivos turísticos y fichas de inventariación de comunidad (ver anexo 1)

#### **1.3.3. Diagnóstico participativo y trabajo de campo**

Por ser un aspecto de mucha importancia, vale la pena explicar de manera específica en lo que consistió el Trabajo de Campo como técnica de recolección de información,

socialización del proyecto, formulación del FODA e inventario de la comunidad y atractivos turísticos.

El trabajo de campo y el diagnóstico participativo, fue una fuente de investigación que se utilizó con el fin de “comprender para resolver los problemas”. En este sentido, el trabajo de campo fue una fase de la planificación participativa de gran ayuda, tomando en cuenta a las autoridades y comunarios locales de la comunidad de Torehua como actor fundamental y clave para la elaboración de la propuesta.

Para llevar adelante el taller diagnóstico participativo, se realizó una planificación con los actores involucrados en la investigación con la siguiente secuencia:

### **Paso 1.- Planificación**

El trabajo en campo se definió de manera conjunta con las autoridades de la comunidad de Torehua de realizar el taller en la escuelita de la comunidad del 9 al 12 de abril.

### **Paso 2.- Organización**

La parte organizativa fue encomendada a la postulante en coordinación estrecha con el Cuerpo de Protección del PN ANMI Madidi y la Corregidora de la comunidad la señora Elena Pamuri de Chávez, para lo que se realizó la convocatoria en base a un programa del taller con el asesoramiento permanente de Lic. Escobar como Tutor Académico:

<b>Domingo 9 de abril</b>		
<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>
7:00	Partida de San Buenaventura	Guelly Macuapa Loayza y Cuerpo de Protección PN Madidi.
10:30	Llegada a la comunidad de Torehua	Guelly Macuapa Loayza y Cuerpo de Protección PN Madidi.
12:30	Preparación espacio para acampar	Guelly Macuapa Loayza y Cuerpo de Protección PN Madidi.
<b>ALMUERZO</b>		
14:30	Visita a Autoridades y convocatoria para el taller	Guelly Macuapa Loayza y Loayza y Cuerpo de Protección PN Madidi.

LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA EL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD DE TOREHUA

18.30	Recorrido por la comunidad e inventario de Atractivos.	Guelly Macuapa Loayza y Cuerpo de Protección del PN Madidi
<b>Lunes 10 de abril</b>		
<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>
19:00	Presentación del proyecto y registro de participantes	Guelly Macuapa Loayza
20:30	Presentación en papelógrafos	Guelly Macuapa Loayza
<b>REFRIGERIO</b>		
21:00	Presentación papelógrafos	Guelly Macuapa Loayza
22.30	Conclusiones y agradecimientos	Guelly Macuapa Loayza
<b>Martes 11 de abril</b>		
<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>
8:00	Presentación del proyecto y registro de participantes	Guelly Macuapa Loayza
9:00	Intercambio de ideas	Participantes
<b>REFRIGERIO</b>		
9:30	Mesas de Trabajo	Participantes
10:30	Conclusiones y Recomendaciones	Guelly Macuapa Loayza y Cuerpo de Protección del PN Madidi
<b>Miércoles 12 de abril</b>		
<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>
8:00	Inventariarían de Atractivos Turísticos	Guelly Macuapa Loayza y Cuerpo de Protección del PN Madidi
12:00	Inventariación de la Comunidad y entrevistas	Guelly Macuapa Loayza
<b>ALMUERZO</b>		
14:00	Retorno	Guelly Macuapa Loayza y Cuerpo de Protección del PN Madidi
17:00	Llegada a San Buenaventura	Guelly Macuapa Loayza y Cuerpo de Protección del PN Madidi

### Paso 3.- Ejecución

Así se desarrolló el Diagnóstico Participativo, según lo planificado y la fecha indicada. Evento que tuvo una concurrida participación.

Este taller estuvo dividido en dos partes; **1.-** en la primera parte, se dio a conocer el Proyecto en sí, conceptos básicos del turismo, turismo comunitario y la importancia de Universitaria Guelly Macuapa Loayza

los Lineamientos Estratégicos para la implementación del turismo en la comunidad; **2.-** En una segunda parte, se trabajó en grupos, realizando un análisis de las potencialidades y limitaciones para el proyecto (FODA) y se terminó con una descripción de los resultados a alcanzar así como un listado de proyectos que los propios comunarios priorizaron para su implementación.

#### **1.4. Análisis cuantitativo**

Basado en el libro “Metodología de la Investigación” de Raúl Mejía Ibáñez, publicado en 1999, se señala que el análisis cuantitativo es un nivel de medición, donde se refleja especialmente la información que se puede cuantificar. En ese entendido para el procesamiento de datos se utilizó para la cuantificación de la demanda, encuestas, entrevistas y otros, cuyo resultado se refleja en gráficos estadísticos.

El análisis cuantitativo, también fue útil al momento de determinación del tamaño muestral para definir la población y la muestra de la investigación a partir del universo, conformado por los turistas, donde se analizó variables como la edad, género, nivel de educación, procedencia, motivación, hábitos, gustos y preferencias de los actuales turistas y visitantes que llegan al Parque Madidi.

Cuantificar e inventariar los atractivos turísticos comprometidos en el este estudio, fue muy importante para concretar las potencialidades y en base a esto definir acciones a realizar en la propuesta.

#### **1.5. Análisis cualitativo**

El análisis cualitativo, es un nivel de medición donde se refleja especialmente la información que no se puede cuantificar, pero que igual es importante para el proyecto como las características y calidad de los servicios que están o estarán a disposición de la demanda. Gracias a este análisis se conoció las características y el perfil del turista actual que visita el Madidi, quienes son la demanda potencial del proyecto.



En el trabajo de campo se conoció, la percepción que tienen los comunarios, autoridades de la comunidad, las organizaciones e instituciones respecto a la propuesta planteada, información fidedigna para la toma de decisiones.

## **1.6. Determinación de la muestra**

### **1.6.1. Población**

En el lenguaje común, se refiere a todas las personas de una región, localidad o país, pero en términos de estadísticas, se refiere a la colección de todos los individuos, objeto de observaciones que poseen al menos una característica común.

En proyectos de turismo, es muy difícil determinar la población, esto porque los turistas conforman una población flotante, es decir, que varía en todo momento, no es como determinar una muestra de poblaciones estáticas, donde los sujetos de investigación se mantienen de forma permanente en el área de estudio.

Por estas particularidades, la presente investigación ha determinado la población para este proyecto en base a datos estadísticos de ingreso de turistas al PN Madidi del año 2016, mercado potencial que se quiere captar para la comunidad de Torehua. Se utilizó ese dato precisamente por ser la época en que se realizó las encuestas.

De esta manera, se determinó la muestra en base a un promedio de la cantidad de turistas que visitan o pasan por el Parque Madidi:

Para el caso del presente proyecto la población o universo se conforma por el promedio mes de turistas que visitaron el PN-ANMI Madidi el 2016, entonces;

- **6957**; Total turistas que visitaron el PN-ANMI Madidi en el 2016.
- **580**; es el promedio mes de turistas que visitan el PN-ANMI Madidi el 2016.
- **La población definida para el presente proyecto es de 580 turistas.**

### 1.6.2. Determinación de la muestra

Cumpliendo el proceso metodológico de la investigación, y siguiendo a Raúl Ibáñez Mejía, quien señala que “La muestra es un subconjunto del conjunto total que es la población, una muestra representativa debe contener todas las características de la población, así como su distribución más exacta”<sup>1</sup>, de tal manera, se pone en práctica la probabilística, por las características de la investigación donde las encuestas se realizan a los turistas tiene la misma probabilidad de ser incluidos en la muestra. Para determinar la muestra (cantidad de turistas a ser encuestados) se utilizó la fórmula para poblaciones finitas al contar con 580 turistas que conforman la población:

**Formula de referencia:**

$$\frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))}$$

**Dónde:** N = Tamaño de la población

$\alpha_c$  = Nivel de confianza

e = Margen de error

**Reemplazando**

N = Tamaño de la población.      580

$\alpha_c$  = Nivel de Confianza              90 %

e = Margen de error                      5 %

---

<sup>1</sup> Metodología de la investigación. Pág. 128

### Reemplazando la formula

$$\frac{580*(90\%0,5)^2}{1+(5\%^2*(580-1))}=\mathbf{185}$$

### Resultado

Siguiendo la secuencia de la formula ha llegado a determinar el tamaño muestral

**TAMAÑO DE LA MUESTRA ES IGUAL A 185 TURISTAS**

### Interpretación

Lo que significa que para fines de la investigación del presente proyecto, se realizó la encuesta **a 185 turistas** que visitaron el Parque y Área natural de Manejo Integrado Madidi.

## 2. MARCO CONCEPTUAL

El presente punto refleja conceptos y definiciones referidos a la investigación documental, que conforma la teoría en el cuerpo del proyecto.

### 2.1. Definición de turismo

Turismo. “Actividad que realiza la persona de manera individual o en grupo, al trasladarse durante sus viajes y permanencias en lugares distintos a su entorno habitual, con fines de descanso, esparcimiento, negocio y otras actividades, por un período de tiempo no mayor a seis meses” ,de acuerdo a normativa migratoria vigente.<sup>2</sup>

Turismo es el “conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de las personas fuera de su lugar de domicilio; en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal”.<sup>3</sup>

La OMT define al turismo como: “la actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”.<sup>4</sup>

En este contexto la definición dada por la Organización Mundial de Turismo, pone énfasis solo en los que se desplazan y no en quienes reciben, poniendo a la biodiversidad de un determinado territorio y a las comunidades que allí habitan a disposición de los turistas, generando cierta actitud de arrogancia (de quien se desplaza) frente a residentes locales (quienes reciben).

---

<sup>2</sup> Plan Nacional de Turismo Bolivia te espera, vice ministerio de Turismo pág. 8.

<sup>2</sup> Asociación internacional de expertos en turismo.

<sup>3</sup> Organización mundial de turismo, 2004

Como comentario; es turismo los efectos negativo que se producen en las poblaciones receptoras como los efectos económicos, sociales, religiosos, culturales producidos por el contagio de los extranjeros, que a su vez se produce por estas poblaciones con las próximas, aunque estas últimas no reciban turistas. Una especie de efecto multiplicador. Es decir que se puede dar este efecto turístico negativo aun cuando no se tenga turistas.

A partir de las anteriores definiciones de turismo, es que surgen los componentes fundamentales de la actividad turística, que para planificador turístico es importante tener en cuenta: la conciencia de ser un destino turístico, las actividades a realizar por los turistas, los servicios y equipamiento disponibles, el precio y las necesidades del turista.

## **2.2. Destino turístico**

La Organización Mundial del Turismo define el concepto de “destino turístico” como el lugar físico donde el visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como los servicios de soporte y atracciones, y recursos turísticos que pueden visitarse en desplazamientos de un día.<sup>5</sup>

Destino. “Espacio área geográfica con límites de naturaleza física, donde se desarrollan los productos turísticos para el aprovechamiento del turista, que conforman el Destino Bolivia”<sup>6</sup>.

En conclusión se puede afirmar que un Destino Turístico; es aquel que recibe la visita de turista atraídos por atractivos concretos de un lugar. Es al mismo tiempo un espacio turístico, es decir, un lugar de acogida de los visitantes que reúne los recursos turísticos.

Cuando un visitante, llega a un destino turístico por visita o por estancia vacacional requiere de servicios turísticos como:

---

<sup>5</sup> Fortalecimiento del Turismo de Naturaleza en el Destino Rurrenabaque. Pág. 5

<sup>6</sup> Ley General de Turismo Bolivia te espera Pag.6

- Servicios de hospedaje.
- Servicio de alimentación.
- Servicios de esparcimientos.
- Servicios complementarios.

### **2.3. Servicios turísticos**

“Los servicios turísticos son el conjunto de realizaciones, hechos y actividades tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos.

Los servicios turísticos constituyen su producción, distribución, comercialización, venta, prestación y se refieren a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico, que satisface las necesidades de los turistas, en la organización de viajes y mediante el disfrute del mismo, a través de empresas intermediarias de transporte, alojamiento, organizadoras de eventos y de actividades recreativas”<sup>7</sup>.

### **2.4. Calidad de los servicios turísticos**

“La calidad en los servicios turísticos es uno de los aspectos más importantes en la satisfacción de las necesidades de los clientes. Aquí es donde entra en apuesta el capital humano, por las personas que desarrollamos el servicio en turismo. La amabilidad en el trato dispensado, la profesionalidad y la disposición para el cliente, han de ser tan importantes o más que las propias instalaciones de nuestras casa rurales o restaurantes. Nuestro deber es satisfacer al cliente y cubrir sus expectativas”<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> <http://www.sites.google.com>

<sup>8</sup> <http://www.scuarepace.com>

## **2.5. Recurso turístico y atractivo turístico**

Es necesario diferenciar claramente que es **atractivo turístico** y que es **recurso turístico**, la manifestación objetiva de ambos conceptos permitirá evaluar el potencial turístico existente del área de estudio intervenida por el proyecto.

### **2.5.1. Recurso turístico**

Recursos Turísticos “Son aquellos lugares objetos y acontecimientos capaces de atraer al visitante, pero por sus características actuales (falta de puesta en valor), no tienen las condiciones para hacer efectivo el desplazamiento del turista, sin embargo, forman parte del patrimonio turístico de una región”.<sup>9</sup>

### **2.5.2. Atractivo turístico**

Atractivo Turístico, “Conjunto de elementos materiales e inmateriales, que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista, provocando desplazamientos de flujos turísticos desde países emisores hacia territorio nacional, haciendo que este último se transforme en un destino turístico”.<sup>10</sup>

En este sentido los atractivos turísticos son aquellos lugares, objetos y acontecimientos efectivos o potenciales cuyas relevantes características naturales o culturales son capaces de atraer el interés del turista por si solo o en conjunto con otros atractivos y motivar su desplazamiento actual o futuro.

### **5.9.1. Turismo armónico y sustentable**

“Modelo de desarrollo, basado en la viabilidad económica de la actividad turística, cuyo objetivo es rescatar y proteger los recursos naturales y culturales de una región, favoreciendo la estabilidad de los ecosistemas y sus procesos biológicos básicos,

---

<sup>9</sup> Apuntes de clase “Ordenamiento Turístico del Territorio”.

generando beneficios sociales y económicos, al fomentar mejores niveles de vida para la o el visitante y la comunidad receptora, a partir del racional aprovechamiento y conservación de estos recursos, generando el continuo mejoramiento de la calidad en los servicios y la diversificación de la oferta turística, en el marco del orden legal establecido”<sup>11</sup>.

#### **a) Objetivos del turismo sustentable**

“La distribución más justa de los beneficios de la actividad turística, sobre todo respeto a la comunidad.

- Mejora la calidad de vida de los residentes.
- Reforzar los valores culturales y la identidad social.
- La conservación de los atractivos del lugar para el visitante.
- Equilibrio entre turismo, negocio y conservación.

El turismo sostenible no es una elección, sino una exigencia y compromiso que debe asumirse en un destino turístico.

#### **b) Principio del turismo sostenible**

La posibilidad de incorporar esa filosofía de desarrollo al diseño de un circuito o producto turístico requiere como punto de partida la reflexión y aceptación de los principios del turismo sostenible.

Según el Lic. David Escobar Flower en su libro Turismo Sostenible Instrumento para el desarrollo Rural. “La organización mundial de Turismo ha publicado los principios del Turismo Sostenible son:

---

<sup>10</sup>Ley General de Turismo Bolivia te Espera pág. 6.

<sup>11</sup> Ley general de Turismo Bolivia te Espera. Pág. 8



- **Los recursos naturales y culturales se conservan para su uso en el futuro, al tiempo que reportan beneficios.**

Es decir, todo recurso turístico, que se encuentra en el área donde está activo el turismo sostenible, se le debe dar un uso sostenible para que las generaciones futuras puedan beneficiarse de igual forma.

- **El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause problemas ambientales y socioculturales.**

El desarrollo del turismo sostenible necesariamente debe ser planificado por expertos en el área del turismo, involucrando los conocimientos ancestrales de las comunidades locales, tanto en los referidos con la cultura como su relación con el medio ambiente.

- **La calidad ambiental se mantiene y mejora.**

Si el turismo se activa sobre un ambiente deteriorado o con una baja calidad ambiental, se debe buscar los mecanismos necesarios para mejorar la calidad del mismo. Si por el contrario se tiene un medio ambiente estable y con un mínimo impacto, se debe mantener el mismo nivel o buscar de manera de causar el mínimo impacto.

- **Procura mantener un elevado nivel de satisfacción en los visitantes y el destino mantiene su prestigio y potencial comercial.**

El turismo sostenible busca la satisfacción, ofreciendo calidad en los productos, bienes y servicios, al mismo tiempo que estos mantengan un nivel de prestigio al igual que el destino.

- **Los beneficios del turismo sostenible se reparten ampliamente entre toda la sociedad.**

El turismo sostenible busca la diversificación de los beneficios entre toda la sociedad; municipio, comunidad o población local, empresarios y ONG's.

Así surge en la práctica del desarrollo del turismo sostenible como un enfoque integral, que busca desarrollar procesos que permitan que se produzca el desarrollo turístico sin degradar o agotar los recursos que posibilitan ese desarrollo. Esta características hacen del turismo sostenible sea una herramienta estratégica para el desarrollo y crecimiento económico, este ofrece una oportunidad para el surgimiento de emprendimientos comunitarios que brinda generación de empleos.

El turismo sostenible se debe entender como “El turismo planificado que es amigable con el ambiente, socioculturalmente justo y económicamente rentable”.<sup>12</sup>

### **5.9.2. Conceptos relacionados al turismo comunitario como componente esencial del proyecto**

#### **a) Turismo Comunitario**

“Turismo Comunitario. Es la relación directa del emprendimiento y la comunidad, con los visitantes desde una perspectiva plurinacional e intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de los patrimonios culturales y territoriales, de las naciones y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados para el Vivir Bien”.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Turismo Sostenible - Instrumento para el Desarrollo Rural, David Escobar Flower pág. 38.

<sup>13</sup> Ley de Turismo Bolivia te Espera pág. 8.

Turismo comunitario, “Es toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural un componente clave del producto”<sup>14</sup>

**a) Turismo de Base Comunitaria**

“El Turismo de Base Comunitaria, es un conjunto de modelos de gestión basados en la participación local como elemento fundamental que permita la sostenibilidad de la actividad turística (como actividad económica complementaria) y la inclusión social y económica de las poblaciones rurales / urbanas a través del desarrollo de productos y servicios diversos, usando adecuadamente sus activos naturales, culturales, financieros, humanos, sociales y físicos”<sup>15</sup>.

**b) Emprendimiento Turístico de Base Comunitaria**

“Toda inversión que realizan las comunidades urbanas y rurales, naciones y pueblos indígena originario campesinos, comunidades interculturales y afrobolivianas para la prestación de servicios turísticos, bajo las distintas formas de organización económica, las cuales deben alcanzar la armonía y el desarrollo sustentable de sus comunidades”<sup>16</sup>

**c) Modelo de Turismo de Base Comunitaria**

Modelo dinámico de gestión, en el marco del desarrollo sustentable del turismo, que nace y se gestiona de la base comunitaria urbana, rural, naciones y pueblos indígena originario campesinos, comunidades interculturales y afrobolivianas, y que se sustentan en los principios de complementariedad, reciprocidad, redistribución y otros que tutelan la vida en comunidad en el marco del “Vivir Bien”<sup>17</sup>.

**d) Modalidades del Turismo**

“Son las formas de hacer turismo, que están relacionadas con el interés particular del turista; la clasificación de estas modalidades depende del propósito u objetivo que

---

<sup>14</sup> Turismo Comunitario y Desarrollo Rural pág. 7

<sup>15</sup> Plan Nacional de Turismo 2012-2016 pág. 30

<sup>16</sup> Ley de Turismo Bolivia te Espera pág. 6

<sup>17</sup> Ley de Turismo Bolivia te Espera pág. 6

motiva el viaje del turista y puede tratarse de turismo: Comunitario, cultural, de naturaleza, ecoturismo, rural, de aventura, agroturismo, de salud, gastronómico, espiritual y otros”<sup>18</sup>.

Dentro del estudio se ha visto importante contemplar a las siguientes modalidades de turismo como actividades turísticas que se pueden realizar en la comunidad de Torehua. Modalidades que conceptualmente fueron extraídos del Libro “Turismo Sostenible – Instrumento para el Desarrollo Rural” de Escobar Flower David.

#### **a) Agroturismo**

“Es viajar en forma responsable hacia áreas rurales, específicamente a los espacios de agricultura tradicional ancestral, que los pobladores aún mantienen como forma de vida, es aquel turismo que se relaciona directamente con el aprovechamiento agrario y que actúa como complemento de la renta de los agricultores trata de atraer turistas con los paisajes cultivados”.

#### **a) Turismo de Aventura o Deportivo**

“Modalidad turística, realizada por los turistas que buscan sensaciones o experiencias emotivas que conlleve cierto grado de riesgo controlado para sus practicantes, comprende actividades de recreo, diversión, juegos ejercicios el aire libre o en espacios naturales sujetos a ciertas reglas y técnicas”<sup>19</sup>.

#### **b) Ecoturismo o Turismo Ecológico**

“Viajar en forma responsable hacia áreas naturales, conservando el medio ambiente y mejorando el bienestar de las comunidades locales. Esto significa que los que ponen en ejecución y participan en actividades del ecoturismo deben seguir los siguientes principios:

---

<sup>18</sup> Ley de Turismo Bolivia te Espera pág. 6

<sup>19</sup> El Turismo Sostenible – Instrumento para el Desarrollo Rural pág. 15

- Reducir al mínimo los impactos ambientales.
- Conocimiento y respeto a la cultura y al medio ambiente.
- Proporcionar experiencias positivas tanto para visitantes como para los anfitriones.
- Proporcionan las ventajas financieras directas para la conservación.
- Proporcionan ventajas financieras y el empoderamiento de las comunidades locales.
- Aumento de sensibilidad política, ambiental y clima social hacia las comunidades locales.
- Respaldo internacional a los derechos humanos y acuerdos de trabajo”<sup>20</sup>

**c) Condiciones para el desarrollo de la actividad ecoturística**

“Existen emprendimientos y consiguientemente experiencias útiles para poder determinar la mejor forma de plantear el ecoturismo. Las experiencias son acumulativas y van determinando de manera progresiva determinados modelos de implementación del ecoturismo en áreas protegidas. He aquí algunos de los conceptos más rescatables.

- **Conservación de los recursos naturales**

Como requisito fundamental. Significa que la premisa es el aprovechamiento racional de las características de las condiciones naturales de los ecosistemas involucrados. Si bien esta tarea corresponde fundamentalmente a la administración del área protegida, la participación integral del resto de los actores es una condición clave. Prestadores de servicios, comunidad y turistas deben compartir dicha responsabilidad.

---

<sup>20</sup> Ecoturismo comunitario pág. 2

- **Protección y fomento a la cultura local**

Desde la perspectiva del respeto a las manifestaciones culturales. Ésta es una de las condiciones más importantes considerando que las Áreas Protegidas no sólo se definen a partir de las características de biodiversidad sino también por la riqueza en las manifestaciones culturales de pueblos originarios. La actividad ecoturística deberá implementarse de manera tal que no se vulneren ni se tergiversen las características auténticas de las comunidades inmersas en el área.

- **Participación amplia en la gestión del producto**

El éxito de muchas iniciativas se ha basado en el aporte generado por la mayor cantidad de actores involucrados, comunidad, autoridades municipales, empresa privada, Organizaciones No Gubernamentales y directores de Áreas Protegidas. En los procesos de concepción planificación y gestión del producto ecoturístico permiten concordancias y distribución de esfuerzos, al tiempo que los beneficios que genera la actividad tienden a distribuirse de manera más racional.

- **Rentabilidad**

Si bien el propósito principal del ecoturismo en áreas protegidas es la conservación, debe entenderse que toda actividad turística debe considerar el factor económico como base de los emprendimientos de la comunidad y de los actores involucrados. Es en este sentido que al tiempo de garantizar un turismo sostenible ambientalmente se debe garantizar la sostenibilidad económica a lo largo del tiempo. Debe tomarse en cuenta que los beneficiarios con prioridad serán los miembros de una comunidad. Esto significa que la actividad dentro del área protegida debe generar beneficios principalmente para quienes originalmente se encontraban realizando actividades de supervivencia dentro del espacio. Por otra parte la actividad turística también debe significar un aporte económico a la administración del área protegida para fines y propósitos de conservación. Los municipios involucrados recibirán también una cuota de participación orientada

fundamentalmente a mejorar las condiciones de vida de la población local. Las empresas que participan en la prestación de servicios preliminares a la actividad misma dentro del área tienen derecho a percibir también beneficios económicos acordes a su grado de participación.

De tomarse en cuenta las premisas citadas anteriormente, los emprendimientos ecoturísticos en áreas protegidas garantizarían no solamente el éxito a corto plazo de la actividad sino fundamentalmente permitirían el desarrollo equilibrado de actividades a mediano y largo plazo. Uno de los principios fundamentales del ecoturismo es la garantía de que a futuro las condiciones naturales y culturales que generan y conforman el atractivo, puedan mantenerse con las mismas virtudes. Este criterio relativo a la sustentabilidad sólo es posible si se articulan los esfuerzos orientados hacia la conservación, el aprovechamiento racional y equilibrado de los recursos y una mesurada participación de todos los actores involucrados en el turismo.

Es importante también incorporar políticas generales que apunten hacia el éxito de los emprendimientos con estas características dentro de las áreas protegidas. Si bien ya existen políticas de conservación hace falta dimensionar y definir las características de normativas específicas sobre el uso turístico de estos espacios. Estas políticas articuladas y consensuadas entre gobierno central, prefecturas, municipios, comunidades y direcciones de áreas protegidas permitirán regular de manera clara todo aquello que están permitido o restringido dentro de las zonas de conservación”<sup>21</sup>.

## **2.6. Conceptos relacionados al proyecto**

### **a) Capacitación**

“Capacitación es la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al desarrollo de los individuos en el desempeño de una actividad.

---

<sup>21</sup> Implementación del Ecoturismo en Áreas Protegidas pág. 4.

Capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal. Concretamente, la capacitación, busca perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo, en función de las necesidades de la empresa, en un proceso estructurado con metas bien definidas.”<sup>22</sup>

### **b) Sensibilización Turística**

“La sensibilización turística comprende diversas acciones y actividades promovidas por el sector público (gobierno, universidades, etc.) y privado (sector productivo dedicado a el turismo de manera privada) que buscan que los anfitriones en este caso la población receptora de turistas nacionales y extranjeros conozcan, valoren y protejan el patrimonio cultural y natural de un país, departamento o municipio. Cada año el turismo va marcando un gran impacto económico y social, sin embargo el impacto no siempre es bueno por ejemplo:

- La misma población receptora al no conocer su patrimonio posee poca información y no puede ser de ayuda con los turistas.
- Los jóvenes realizan viajes o excursiones en los cuales rayan, pintan y ensucian el atractivo y no se percatan de lo dañino que ello es para el mismo.
- Las personas dedicadas al comercio tiene precios fijos en sus productos pero cuando un visitante desea comprar ellos elevan los precios sin tomar en cuenta el daño que están haciendo.
- La mala hospitalidad es un problema de los diversos sectores (operadores turísticos, gastronomía, autoridades etc.)

Resulta fácil comprender que las enormes posibilidades de desarrollo y crecimiento económico que ofrece el turismo han propiciado que muchas zonas se lancen en una

---

<sup>22</sup> <http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>



carrera turística sin control, aún a costa de degradar sus recursos muy a parte de las razones ya expuestas arriba<sup>23</sup>

### **2.6.1. Planificación turística**

“La planificación turística constituye un requerimiento fundamental en el desarrollo de la actividad turística puesto que garantiza, por una parte la correcta integración del turismo en la economía, la sociedad, la cultura y el medio ambiente; y por otro lado, la adecuada satisfacción de la demanda turístico, elemento indispensable para la viabilidad y posibilidad económica de los proyectos turísticos de competencia creciente<sup>24</sup>”

En este sentido y como comentario, se entiende que la planificación turística es el único modo de sustentar una economía de largo plazo basada en el turismo, es administrar los atractivos con criterios de racionalidad para evitar su agotamiento o degradación. La sobre explotación llevaría al fracaso a corto plazo, una estrategia turística bien definida ayudará a tener un estricto seguimiento de sus resultados y se podrá:

- Controlar los efectos negativos que trae consigo el turismo.
- Transformar las expectativas en realidad, con la garantía de una mejor calidad de vida para todos.
- Generar beneficios estables, comprometiendo el uso sustentable de los recursos presentes y futuros.

### **2.6.2. Estrategia**

"Plan básico operativo de una entidad social frente al conjunto de circunstancias concurrentes en un determinado sector de la sociedad. Es, la fijación de los principios generales de actuación de una institución para la consecución de los objetivos, con una

---

<sup>23</sup> Programa de Sensibilización Turística en la Ciudad de La Paz. Pág. 9.

<sup>24</sup> [http://www.entorno\\_turistico.com](http://www.entorno_turistico.com)

característica específica flexible para adecuar las actividades a las nuevas circunstancias que se vayan presentando"<sup>25</sup>

### **2.6.3. Estrategia turística**

“Es el camino a seguir en el futuro para lograr que la oferta turística se ajuste al tipo de turistas que deseamos captar. La estrategia debe servir para encontrar el camino que mejor se ajuste a las características de la oferta y las necesidades de la demanda que queremos conseguir”<sup>26</sup>.

---

<sup>25</sup> Manual de Gestión Turística a nivel Local, Pág. 23.

<sup>26</sup> Manual de Gestión Turística, Pág., 163.

### **3. MARCO INSTITUCIONAL**

“La coordinación entre los actores del turismo en los diferentes niveles territoriales es fundamental en la construcción del producto turístico que a su vez repercutirá en su beneficio, por lo que el logro de un turismo sustentable a nivel nacional será el resultado de la aplicación de la Ley General de Turismo “Bolivia Te Espera” y de la concientización sobre la necesidad urgente de su implementación como instrumento que permita el paso de enunciados a la viabilidad de un desarrollo turístico que beneficie a todas las bolivianas y bolivianos”<sup>27</sup>.

De acuerdo al componente del proceso de planificación del desarrollo de la actividad turística según normativa vigente se analizó a las siguientes instituciones que definen la acción en el desarrollo de la actividad turística en Bolivia se tiene a:

#### **3.1. Nivel central del Estado**

“El nivel central del Estado a través de la Autoridad Competente en Turismo, en el marco del Sistema de Registro, Categorización y Certificación, y de las competencias asignadas en la Constitución Política del Estado y en la Ley N° 031 Marco de Autonomía y Descentralización “Andrés Ibáñez”, tiene las siguientes responsabilidades:

- Autorizar y supervisar el funcionamiento de los prestadores de servicios turísticos que desarrollen actividades en más de un departamento.
- Llevar un registro de los prestadores de servicios turísticos establecidos en el territorio nacional.
- Categorizar y clasificar a todos los prestadores de servicios turísticos registrados a nivel nacional.

---

<sup>27</sup> Ley de Turismo Bolivia te Espera pág. 3

- Certificar la calidad de todos los prestadores de servicios turísticos registrados a nivel nacional”<sup>28</sup>.

“El nivel central del Estado, en el marco de las competencias asignadas en la Constitución Política del Estado y la Ley N° 031 de 19 de julio de 2010, Ley Marco de Autonomías y Descentralización “Andrés Ibáñez”, en cuanto al Sistema de Información sobre la oferta turística nacional, la demanda y la calidad de actividades turísticas, tiene las siguientes responsabilidades:

- Sistematizar la oferta turística en un catálogo turístico.
- Establecer el Plan de Manejo de los sitios patrimoniales de uso turístico, a fin de ser catalogados.
- Priorizar los atractivos y zonas turísticas, dentro de la Marca País. La metodología de la priorización será establecida en reglamentación expresa.
- Establecer mecanismos que permitan promover los atractivos de carácter patrimonial, natural, cultural y cualquier otro con valor turístico.
- Promocionar el “Destino Bolivia” en el ámbito nacional e internacional como componente de la Marca País”<sup>29</sup>.

En el nivel central del estado plurinacional de Bolivia los encargados del óptimo desarrollo dentro el país el directo encargado es el gobierno a través del ministerio de cultura y el vice ministerio de Turismo.

### **3.1.1. Ministerio de cultura y turismo**

“El Ministerio de Culturas, a través del Viceministerio de Turismo, ejerce las funciones de Autoridad Competente en Turismo”<sup>30</sup>.

---

<sup>28</sup> Ley General de Turismo Bolivia te Espera pág. 14

<sup>29</sup> Ley General de Turismo Bolivia te Espera pág. 15.

### **5.9.3. Vice ministerio de turismo**

“Estado Plurinacional de Bolivia, a fin de desarrollar, difundir, promover, incentivar y fomentar la actividad productiva de los sectores turísticos público, privado y comunitario, a través de la adecuación a los modelos de gestión existentes, fortaleciendo el modelo de turismo de base comunitaria, en el marco de las competencias exclusivas asignadas al nivel central del Estado por la Constitución Política del Estado.

La importancia del turismo, como industria estratégica, exportadora de servicios exige a las autoridades competentes en turismo de las distintas instancias gubernamentales suscribir Acuerdos y Convenios que permitan el consenso y la articulación de temas inherentes a la actividad turística. La coordinación de actividades y proyectos turísticos a nivel nacional será exitosa en la medida en que las autoridades turísticas optimicen sus capacidades de diálogo y relacionamiento con todos los involucrados en la actividad.

El Vice Ministerio de Turismo entre las funciones que cumple, es encargado de planificar, establecer, promover el turismo a través del ordenamiento territorial apoyar los corredores, implementar circuito y rutas en áreas de recreación y/o esparcimientos.

Las funciones del Vice ministerio de Turismo están basado en la Constitución Política del Estado, a través del plan nacional de turismo y las estrategias que se tiene, incide en el principio de innovación en el cual promueve la creatividad de nuevos productos, en la que el diseño de circuito aportaría a estos nuevos productos turísticos con el propósito de diversificar la oferta en la región y el país en su conjunto.

El Vice Ministerio de turismo. Elabora los planes como: el “Plan Nacional de Turismo 2012-2016, en el que se establece tres políticas: Turismo Indígena y Comunitario; Turismo Sostenible, Gestión Pública articulada en la promoción y Promoción Turística, con sus respectivos programas.

---

<sup>30</sup> Ley de Turismo Bolivia te Espera pág. 16.

El turismo al tener un carácter integral se relaciona con todas las actividades económicas y sociales, por lo que ha generado que en el Plan Nacional de Turismo, se consideren proyectos transversales, tales como “El Vivir Bien”, donde el Turismo de Base Comunitaria, es como eje dinamizador de la economía boliviana, que busca mejorar la calidad de vida de la población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando las ventajas comparativas y elementos culturales y naturales del país, respetando el medio ambiente y saberes de nuestras naciones”<sup>31</sup>.

### **3.1.2. Servicio Nacional de Áreas Protegidas (SERNAP)**

“El Servicio Nacional de Áreas Protegidas - SERNAP es una entidad desconcentrada del Ministerio de Medio Ambiente y Agua (MMA y A). Como entidad el SERNAP tiene como atribuciones

- Proponer normas y políticas para la gestión integral de las áreas protegidas del SNAP.
- Planificar, administrar y fiscalizar el manejo integral de las áreas protegidas de carácter nacional.
- Garantizar la conservación de la biodiversidad y valores de interés científico, estético, histórico, económico y social.
- Normar y regular las actividades de las áreas protegidas del SNAP de acuerdo a sus categorías, zonificación y reglamentación.
- Promocionar la protección y conservación de los recursos naturales, la investigación científica, recreativa, educativa y de turismo ecológico.

---

<sup>31</sup> Propuesta – Estrategia de Turismo del PN ANMI Madidi. Pág. 15.

El SERNAP, se constituye a nivel de las áreas protegidas en la entidad responsable del promover el turismo ecológico y responsable, en alianza estratégica con las comunidades originarias.

El turismo en las áreas protegidas apoya y promueve la conservación de los recursos naturales y el respeto a los valores culturales, busca mejorar la calidad de vida de los pobladores locales de las áreas protegidas y sus zonas de influencia. A través del Servicio Nacional de Áreas Protegidas, y las direcciones de Turismo de las áreas donde existe flujo turístico.

#### **5.9.4. Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Madidi**

El PN-ANMI Madidi es una de las Áreas Protegidas de mayor biodiversidad del planeta y se caracteriza por su variedad de ecosistemas y su enorme riqueza de vida silvestre. La variedad de sus paisajes posee una gran belleza que además alberga la riqueza cultural de pueblos originarios que viven en el área de influencia del área protegida.

El Área Protegida del Madidi cuenta con un Técnico en turismo, quien realiza tareas de supervisión, control en base al Reglamento Específico de Operación Turística en el Madidi y coordina tareas con equipo técnico y cuerpo de protección y con la secretaria del Sistema de Cobros (SISCO) del PN-ANMI Madidi, Pílon Lajas y Unidad Central del SERNAP. Al margen que debe estructurar productos específicos de turismo para orientar la gestión del área protegida”<sup>32</sup>.

### **3.2. Nivel departamental**

El Gobierno Autónomo Departamental de La Paz, mediante la Dirección Departamental de Turismo asume las responsabilidades poniendo en práctica lo que la norma indica “Las entidades departamentales asumen las responsabilidades establecidas en la Ley de turismo “Bolivia te Espera” referidas al Sistema de Registro, Categorización y

---

<sup>32</sup>Propuesta – Estrategia de Turismo del PN ANMI Madidi. Pág. 21.

Certificación de Prestadores de Servicios Turísticos y al Sistema de Información, sobre la oferta turística nacional, la demanda y la calidad de actividades turísticas.

Los Gobiernos Autónomos Departamentales, tienen las siguientes responsabilidades en el marco del Sistema de Registro, Categorización y Certificación:

- Autorizar el funcionamiento de los prestadores de servicios turísticos que desarrollen actividades en el Departamento.
- Registrar en el sistema administrado por la Autoridad Competente en Turismo, a los prestadores de servicios turísticos establecidos en el Departamento.
- Controlar el funcionamiento de los servicios turísticos, con excepción de aquellos que mediante normativa municipal expresa hubieran sido definidos de atribución municipal; preservando la integridad de la política y estrategias nacionales de turismo.
- Remitir información actualizada a la Autoridad Competente en Turismo, referida a los prestadores de servicios turísticos establecidos en el Departamento, conforme a Reglamento”<sup>33</sup>.

### **3.3. Nivel municipal**

“Los Gobiernos Autónomos Municipales, en el marco del Sistema de Registro, Categorización y Certificación, tienen la responsabilidad de supervisar y controlar el funcionamiento de los servicios turísticos que mediante normativa municipal expresa hubieran sido definidos de atribución municipal.

Los Gobiernos Autónomos Municipales, a fines de registro y a solicitud de la Autoridad Competente en Turismo o del Gobierno Autónomo Departamental, remitirán

---

<sup>33</sup> Ley General de Turismo Bolivia te Espera pág. 14



información actualizada referida a los prestadores de servicios turísticos establecidos en su Municipio, conforme a Reglamento<sup>34</sup>.

### **3.3.1. Dirección municipal de turismo del municipio de San Buenaventura**

“La Dirección Municipal de Turismo del municipio de San Buenaventura en la actualidad no cumple sus funciones de manera óptima establecidas en la normativa vigente de turismo en la que establece que las unidades de turismo Municipales deben:

- Realizar la estructuración de la oferta turística bajo un sistema de catalogación de los recursos, evaluación del potencial turístico, creación de condiciones apropiadas de infraestructura turística y servicios inherentes a la oferta turística.
- La elaboración e implementación de acuerdos estratégicos nacionales e internacionales en materia turística para promover y difundir el “Destino”.
- Promocionar la oferta turística del municipio a nivel nacional e internacional.

La Dirección Municipal de Turismo de San Buenaventura en la actualidad está casi ausente, pues se desconoce las acciones que realiza, pero aun así el PN-ANMI Madidi coordina acciones con ellos relacionadas al turismo<sup>35</sup>.

---

<sup>34</sup> Ley General de Turismo Bolivia te Espera pág. 14

<sup>35</sup> Implementación del Circuito Turístico Maije – Arana – Tuichi. Pág. 28.

#### **4. MARCO LEGAL O JURÍDICO**

Para el uso adecuado de los recursos turísticos, es necesario tomar en cuenta el marco legal correspondiente y vigente para la elaboración del trabajo en la zona. La aplicación de estas leyes está referida al uso del marco jurídico legal, ya sea nacional (Leyes, Decretos Supremos, Resoluciones Ministeriales, Resoluciones Administrativas y convenios), De igual forma a nivel departamental las Gobernaciones tienen la facultad de emitir resoluciones departamentales, las normativas de carácter Municipal son (Resoluciones y Ordenanzas Municipales). Debido a que el uso y aplicación de las leyes, ordenanzas, es relativo, ya que si bien se usa el marco jurídico estas no se aplican en su totalidad.

##### **4.1. La Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, 2008**

Establece que el turismo es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable, para lo que tomará en cuenta la riqueza natural y cultural, el respeto al medio ambiente, debiendo el Estado promover y proteger el turismo comunitario con el objetivo de beneficiar a las comunidades urbanas y rurales, las naciones y pueblos indígena originario campesinos donde se desarrolle la actividad turística.

Conforme con la política nacional sectorial, el desarrollo de la actividad turística, se asienta en los principios de complementariedad y redistribución que tutelan la vida en comunidad, contrapuestos a los principios de competencia y acumulación, lo que determina un nuevo modelo de desarrollo sustentable del turismo en Bolivia, que incluye a todos los actores y sectores, condicionados a los principios y valores que sustentan el Estado Unitario Social de Derecho Plurinacional Comunitario.

**El Artículo 337** de la Constitución Política del Estado, establece que el turismo es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable para lo que tomará en cuenta la riqueza de las culturas y el respeto al medio ambiente, debiendo

el Estado promover y proteger el turismo comunitario con el objetivo de beneficiar a los Pueblos indígena originario campesinos, comunidades interculturales y afrobolivianos.

La garantía constitucional de promover el desarrollo rural integral sustentable se establece en el **artículo 405**, el desarrollo rural integral sustentable es parte fundamental de las políticas económicas del Estado, que priorizará sus acciones para el fomento de todos los emprendimientos económicos comunitarios y del conjunto de los actores rurales.

**Artículo 406**, El Estado garantizará el desarrollo rural integral sustentable por medio de políticas, planes, programas y proyectos integrales de fomento a la producción agropecuaria, artesanal, forestal y al turismo, con el objetivo de obtener el mejor aprovechamiento, transformación, industrialización y comercialización de los recursos naturales renovables

#### **4.2. Ley N° 292 Ley general de turismo “Bolivia te espera”**

La Ley General de Turismo “Bolivia Te Espera”, establecer las políticas generales y el régimen del turismo del Estado Plurinacional de Bolivia, a fin de desarrollar, difundir, promover, incentivar y fomentar la actividad productiva de los sectores turísticos público, privado y comunitario, a través de la adecuación a los modelos de gestión existentes, fortaleciendo el modelo de turismo de base comunitaria.

El VMT debe mantener relaciones directas con los emprendimientos y las comunidades y con los visitantes desde una perspectiva plurinacional e intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de los patrimonios culturales y territoriales, de las naciones y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados para el “Vivir Bien”.

**En el artículo 17** de la Ley General de Turismo, establece que para el desarrollo de actividades turísticas en áreas protegidas, los prestadores de servicios turísticos deberán contar con la autorización otorgada por la Autoridad Competente en Turismo del nivel central del Estado o del Gobierno Autónomo Departamental en materia turística, según corresponda; y con la autorización correspondiente emitida por la instancia competente en materia de áreas protegidas, en el marco de la normativa sectorial establecida para el efecto.

#### **4.3. La Ley de medio ambiente No. 1333 (27 de abril de 1992)**

La Ley N° 1333, de Medio Ambiente, en sus artículos 13, 60 a 62 establece que las áreas protegidas son patrimonio del Estado y de interés público y social, debiendo ser administradas según sus categorías, zonificación y reglamentación en base a planes de manejo con fines de protección y conservación de sus recursos naturales, investigación científica así como la recreación, educación y promoción del turismo ecológico y se constituye en el principal instrumento normativo para la administración y gestión de las áreas protegidas del país.

Al estar ubicado el proyecto al interior del área protegida y ser prioritaria su conservación para reducir la presión generada se aplica al proyecto las disposiciones de esta ley relativas a las áreas protegidas.

#### **4.4. Reglamento general de Áreas Protegidas D S N° 24781**

Este reglamento enmarca los mecanismos de desarrollo de actividades de turismo al interior de las Áreas Protegidas.

**Artículo 2.** Áreas Protegidas son territorios especiales, geográficamente definidos, jurídicamente declarados y sujetos a legislación, manejo y jurisdicción especial para la consecución de objetivos de conservación de la diversidad biológica.

En su **Artículo 99**, plantea la necesidad de que cada área elabore un Reglamento de Operación de Turismo en base a las previsiones contenidas en el Reglamento General de Áreas Protegidas.

**El Artículo 100**, establece como objetivo fundamental del turismo en las AP' a la educación ambiental y la concientización ecológica de los visitantes con miras a forjar tanto aliados como también potenciales irradiadores de los valores de la conservación y el desarrollo sostenible, bajo el principio de que todo ser humano tiene derecho a visitar las AP's del país.

Las actividades turísticas de diversa índole que se realicen al interior de las AP's deberán contribuir en la gestión económica del área y estarán sujetas a cobro.

**Artículo 104**, La actividad turística podrá desarrollarse en las AP's que cuenten con un Plan de Manejo y un Programa de Turismo, instrumentos básicos de manejo para éstas, mediante las cuales se haya determinado la zonificación y localización de los espacios turísticos con sus respectivas instalaciones de infraestructura, servicios ambientales, servicios turísticos y facilitación para los visitantes.

En casos excepcionales y ante la ausencia de un Plan de Manejo o un Programa de Turismo estructurado, se deberá contar dentro del Plan Operativo Anual con un plan de ordenamiento turístico mínimo que regule la actividad turística inmediata. Toda actividad turística en el SNAP deberá sujetarse al presente Reglamento, a un Reglamento de Operación Turística, además de otros reglamentos específicos sobre construcciones de infraestructura y servicios turísticos.

**Artículo 107**, La planificación turística de las AP's responde principalmente a la necesidad de manejo de los impactos negativos o efectos lesivos en el área como resultado de esta actividad, por lo cual los programas y proyectos de turismo deberán, necesariamente establecer sus propios sistemas metodológicos para la evaluación, control y mitigación de estos impactos tanto sobre los recursos naturales como sobre la

población y sus culturas los cuales estarán enmarcados en un programa específico de Monitoreo Turístico, cuya presentación es requisito indispensable para su aprobación.

**En el Artículo 111**, se define que los ingresos económicos que resultaren de la gestión turística de las AP's son ingresos por recursos propios del programa presupuestario de cada una de ellas y deben ser destinados bajo responsabilidad de la autoridad administradora, única y exclusivamente a la gestión integral del área que los generó.

**Artículo 120**, toda operación turística en áreas protegidas debe sujetarse a los Reglamentos de Turismo así como a los Reglamentos específicos para cada una de las áreas del SNAP, cuyo cumplimiento y supervisión está a cargo del Cuerpo de Protección, los mismos que también velarán por la seguridad de los visitantes, brindándoles al mismo tiempo, la debida orientación y auxilio, en caso necesario.

**Artículo 122**, es de absoluta responsabilidad de operadores, guías de turismo y guarda parques, promover el respeto a las comunidades locales y pueblos indígenas, minimizado los impactos culturales y sociales que el turismo pueda causar.

La omisión y contravención de esta norma estará sujeta a severas sanciones por parte de la autoridad nacional del área, las mismas que incluyen el retiro de acreditación y licencias.

**Artículo 123**, la AN y AD de AP's motivará y fomentará la actividad turística por parte de las comunidades locales y pueblos indígenas en las zonas de influencia de las AP's, a manera de reducir la presión del uso turístico sobre éstas y contribuir a mejorar las condiciones de vida en estas localidades aledañas a las áreas del SNAP.

#### **4.5. Reglamento general de operación turística en áreas protegidas (D.S. 28591) 2016.**

Tiene por objetivo regular la gestión del turismo dentro de las Áreas Protegidas que conforman el SNAP que contempla el desarrollo de actividades, obras de infraestructura, operaciones y prestación de servicios de carácter turísticos, así como el

correspondiente régimen de ingresos económicos por actividades de turismo en AP's, referidos a: cobros, precios, licencias de servicios al interior de AP's, mecanismos de generación de ingresos, administración y destino de dichos recursos, aplicables en AP's que conforman el SNAP.

**Artículo 2 (finalidades)**, promover el desarrollo del turismo sostenible en las AP's en sus diferentes tipos, con acciones que conduzcan e incentiven su sostenibilidad, compatibilicen la conservación de la biodiversidad, el equilibrio de los ecosistemas y la calidad ambiental, con el desarrollo sostenible de actores locales, regionales y del país, en cumplimiento a políticas y objetivos del SNAP.

#### **4.6. Reglamento de Operación Turística Específico del Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Madidi - ROTE (Resolución Administrativa 115/2016)**

**Artículo 1 (objeto)**, el presente Reglamento tiene por objeto regular la gestión del turismo al interior de la jurisdicción del Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Madidi (PN-ANMI Madidi), como actividad estratégica vinculada a la realización de actividades, autorizaciones, prestación de servicios turísticos y complementarios, al desarrollo de infraestructura y equipamiento destinados para ese fin, así como el correspondiente régimen de ingresos económicos por actividades de turismo referidos al cobro, precios, licencias de servicios al interior del área protegida, mecanismos de generación de ingresos, administración y destino de dichos recursos.

**Artículo 2 (finalidades)**, son finalidades del presente Reglamento:

1. Conservar, preservar y proteger el patrimonio natural y cultural del área protegida.
2. Regular y establecer las condiciones técnicas, legales, administrativas y sociales para la práctica de actividades turísticas en el Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Madidi.

3. Orientar la actividad turística, de modo que se minimicen los impactos negativos, ecológicos y culturales del área protegida.
4. Coadyuvar a la generación de impactos positivos en beneficio del Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Madidi y comunidades involucradas.
5. Otorgar derechos turísticos a las actividades, obras o proyectos turísticos que se enmarquen en la normativa vigente y objetivos de creación del Área Protegida.
6. Sensibilizar ambientalmente a los turistas o visitantes del Parque Nacional Área Natural de Manejo Integrado Madidi.
7. Mejorar las condiciones de operación turística, calidad de los servicios, medidas de control, así como la preservación de los atractivos turísticos.
8. Promover la educación ambiental a través de la actividad turística en el Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Madidi.
9. Regular el régimen de ingresos económicos por actividades de turismo que contribuyan a la gestión económica del área.
10. Promover y coadyuvar el desarrollo del turismo e iniciativas comunitarias y privadas de acuerdo a las políticas de gestión integral y competencias del Parque Nacional y Área Nacional de Manejo Integrado Madidi, cuando no atenten contra el medio ambiente y valores culturales del área protegida.

**Artículo 3 (ámbito de aplicación)**, el ámbito de aplicación del presente Reglamento se extiende a la jurisdicción territorial del Parque Nacional y su Área Natural de Manejo Integrado Madidi, creado mediante Decreto Supremo N° 24123 de fecha 21 de septiembre de 1995; a todas aquellas personas nacionales o extranjeras, individuales o



colectivas, públicas o privadas y comunidades que desarrollen actividades, obras de infraestructura, operaciones y prestación de servicios de carácter turísticos.

**Artículo 8 (regulación especial y zonas para turismo)**, toda operación, prestación de servicios, desarrollo de actividades de carácter turístico e infraestructura turística que se implementen en el PN-ANMI Madidi, así como el ingreso a ésta, deberá enmarcarse en el régimen de licencias, autorizaciones y tarifas de conformidad a lo dispuesto en el presente Reglamento, disposiciones relacionadas y Resolución Administrativa del Director del PN-ANMI MADIDI.

La actividad turística en el PN ANMI Madidi se desarrollará únicamente dentro de los límites de las áreas identificadas y permitidas según la categoría y la zonificación del AP, donde se defina la localización de los espacios turísticos con sus respectivas instalaciones de infraestructura, servicios ambientales, servicios turísticos y facilitación para los visitantes.

De conformidad a lo establecido en el RGAP, las actividades de visitación de los turistas en el PN ANMI Madidi se limitan a las rutas, espacios y localizaciones específicamente dispuestos para Uso Público en sujeción a los instrumentos de planificación del AP.

Ningún turista, grupo de turistas, guías y/o personal auxiliar que forme parte de la actividad turística podrá hacer uso de otros espacios, más que los autorizados a su operador por el AP.

**Artículo 13 (modalidades de turismo)**, de la conformidad con lo dispuesto en el artículo 6 del Reglamento General de Operación Turística en Áreas Protegidas, los tipos de turismo permitidos en el PN-ANMI Madidi, están sujetos a un análisis técnico considerando las Categoría de Manejo, Zonificación, Programa Turístico y Áreas de Uso Público del AP, son los siguientes:

- Ecoturismo
- Turismo de naturaleza
- Turismo cultural
- Turismo de Aventura
- Turismo Científico
- Enoturismo
- Turismo de Alto Riesgo (previa verificación de la capacidad y experiencia de la operadora de turismo y del personal)
- Turismo Comunitario
- Turismo de Base Comunitario
- Turismo Social
- Otros tipos de turismo y actividades Turísticas, podrán aprobarse previo análisis técnico del área protegida.

**Artículo 14 (actividades de turismo)**, las actividades turísticas permitidas en el PN-ANMI Madidi podrán ser permitidas o restringidas de acuerdo a un análisis técnico del AP tomado en cuenta la Categoría de Manejo, Zonificación, Programa Turístico y Áreas de Uso Público, siendo éstas las siguientes:

**Kayak.-** Condicionado a estudio evaluación técnica del AP, referido a equipamiento, especialización del Guía de turismo y crecidas del cuerpo de agua.

**Rafting.-** Limitado solo a empresas especializadas que cumplan con estándares de calidad que les permitan la ejecución de esta actividad de alto riesgo en ciertas temporadas del año.

**Rapel.-** Condicionado a estudio evaluación técnica del AP, referido a equipamiento, especialización del Guía de turismo y estudio de suelo de la superficie a implementar esta actividad.

**Observación de aves / Bird Watching.-** Condicionado a una evaluación de la biodiversidad, equipamiento, infraestructura y capacitación del Guía de turismo.

**Observación de mariposas.-** Condicionadas a una evaluación de la biodiversidad, equipamiento, infraestructura y capacitación del Guía de turismo.

**Observación de fauna, flora y paisajes naturales.-** Permitida en todo sendero turístico autorizado por el PN-ANMI Madidi.

**Ciclismo/Biking.-** Condicionadas a una evaluación de la biodiversidad, equipamiento, sendero y capacitación del Guía de turismo.

**Acampar/Camping.-** Condicionadas a una evaluación técnica de biodiversidad y medio ambiente de los lugares a acampar.

**Caminata/Treking.-** Permitida solo en senderos autorizados previa evaluación técnica medioambiental, biodiversidad y turística.

**Andinismo.-** Condicionadas a una evaluación de la biodiversidad, equipamiento, sendero y capacitación del Guía de turismo.

**Filmación.-** Permitida solo en senderos autorizados previa evaluación técnica, biodiversidad y en el marco de la reglamentación específica aprobada por el SERNAP. En caso de filmación de los aspectos culturales se debe contar con la autorización de la comunidad sujeta a ser filmada.

**Toma de fotografías.-** Permitida solo en senderos autorizados previa evaluación técnica, biodiversidad y en el marco de la reglamentación específica aprobada por el SERNAP. En caso de fotografías de los aspectos culturales se debe contar con la autorización de la comunidad sujeta a ser fotografiadas.

**Paseos en callapo.-** Condicionadas a una evaluación de técnica del cuerpo de agua, por el Jefe de Protección y de la especie de flora a ser utilizado en el callapo.

**Paseo en caballo.-** Condicionadas a una evaluación de técnica de los senderos respecto a la biodiversidad, distancias y condiciones del caballo.

**Convivencia con comunidades.-** Permitida previa evaluación técnica del AP, actividad que debe ser autorizada por la comunidad sujeta a convivir con turistas.

**Visita a museos y/o centros de interpretación.-** Permitida en toda comunidad donde se realice turismo, aun así, debe ser autorizada por el PN-ANMI Madidi.

**Visita a sitios arqueológicos.-** Condicionadas a una evaluación de técnica especializada del PN-ANMI Madidi.

**Artículo 16 (zonificación y rutas turísticas),** La actividad turística en el PN-ANMI Madidi se desarrollará únicamente en las rutas identificadas para el desarrollo turístico. Los visitantes podrán acceder únicamente a los sitios establecidos y autorizados por la Dirección del AP de acuerdo a los instrumentos de planificación correspondientes.

En las Rutas de Acceso Turístico, los vehículos podrán transitar únicamente por rutas de acceso fluvial y terrestre establecido y autorizado por la Dirección del AP. En las Rutas por Senderos Interpretativos, los visitantes deberán transitar únicamente por los senderos interpretativos habilitados para recorrer los atractivos turísticos. Las rutas turísticas son las siguientes:

**Zonificación turística - áreas identificadas para el desarrollo de actividades  
turísticas**

AREA	UBICACIÓN	ACTIVIDAD TURISTICA	RUTA
1	IXIAMAS - ALTO MADIDI - PUERTO HEATH	Treking y Navegación	Río Tequeje - Río Madidi - Campamento Alto Madidi - Pto. Soledad - Candelaria.
			Ixiamas - Alto Madidi - Puerto Heath.
			Ixiamas - Alto Madidi - Candelaria (rio abajo) - Ixiamas.
		Albergues o campamentos:	Albergues sobre el Río Candelaria.
			Arroyo Marimono. Comunidad Ethuda.
2	SAN BUENAVENTURA-TUMUPASA - TUICHI	Treking y Navegación	Tumupasa - San José-Río Tuichi.
			Río Tuichi - Río Hondo
			Arroyo Moa - Arroyo Mashí - Arroyo Arana
			Tumupasa - Río Yariapo - Río Tuichi
			Cajene - Aguapolo
			Arroyo Seco - Aguapolo.
			Maije - Arana - Tuichi - San Buenaventura.
			Magdalena - Aguapolo - Tuichi
			San Buenaventura - Estrecho del Bala - Mirador - San Buenaventura.
			San Buenaventura - Río Tuichi - Caquiahua - Alto Madidi.
		Albergues	Valle del río Tuichi y sus alrededores.
3	GUANAY- RIO BENI	Albergues	Río Quendeque.
			Torehua.
4	APOLO - PELECHUCO - PATA - MACHUA - TUICHI	Treking	Pelechuco - Mojos - Virgen del Rosario - Pata - Santa Cruz del Valle Ameno - Apolo (Ruta nueva).
			Apolo - Santa Cruz del Valle Ameno - Virgen del Rosario - Río Tuichi - Asariamamas - Apolo.
			Pelechuco - Amantala - Santa Rosa - Virgen del Rosario - Pata - Santa Cruz del Valle Ameno - Apolo (Ruta antigua).
			Pelechuco - Makara - Paso Sánchez - Puina - Rincón Lusani - Laguna Suchez - Pelechuco
			Apolo - Machua - Mamacona - San José de Uchupiamonas - Tumupasa
			Santa Cruz del Valle Ameno - Senda Jucumari - Río Tuichi.
			Apolo - Azariamamas.
			Apolo - Cauli - Nacientes de Quendeque - Rurrenabaque.
		Rafting	Apolo - Azariamamas - Río Tuichi - Rurrenabaque. Apolo - Virgen del Rosario- Río Tuichi - Rurrenabaque.
		Rafting - Treking	Apolo - Azariamamas- Río Tuichi - Lagunas Dos Hermanas - Río Tuichi - Rurrenabaque.

		Albergues	Azariamas. Lagunas dos hermanas.
5	MADRE DE DIOS - HEATH - LAGUNA SIRENA	Treking	Puerto Heath - Puerto Moscoso - Enajehua - Alto Madidi - Puerto Heath. Puerto Heath - Moa - Rio Asunta - Las Mercedes.
		Albergues	Laguna Sirena Puerto Moscoso Laguna Piraña.

**Fuente:** Reglamento de Operación Turística Especifica del PN ANMI Madidi 2016

**Artículo 17 (Regulación turística),** toda operación, prestación de servicios, desarrollo de actividades de carácter turístico, así como la infraestructura turística, deberá sujetarse al procedimiento de Evaluación de Impacto Ambiental, de acuerdo a lo establecido en la Ley de Medio Ambiente N° 1333 de 27 de abril de 1992.

La prevención, control y mitigación de los impactos ambientales que ocasionare la ejecución operación e implementación de obras de infraestructura turística corresponde enteramente al titular del derecho turístico; asimismo, toda actividad turística será monitoreada por la ANAP a través de la Dirección del PN-ANMI Madidi, de acuerdo a lo establecido en la normativa ambiental vigente.

**Artículo 20 (otorgación de licencias),** las Licencias previstas en el presente Reglamento serán otorgadas por la ANAP o la Dirección del PN y ANMI Madidi, previa delegación a través de Resolución Administrativa, para actividades de operación turística a los operadores locales nacionales e internacionales legalmente establecidas en el país.

**Artículo 21 (otorgación de la autorización de infraestructura),** las autorizaciones previstas en el presente reglamento serán otorgadas por la ANAP o la Dirección del PN-ANMI Madidi, previa Resolución Administrativa, para construcción provisional de infraestructura turística a los operadores locales nacionales e internacionales legalmente establecidas en el país.

La implementación de otro tipo de infraestructura para fines turísticos específicos, será analizada por el Área Protegida, bajo tratamiento especial, siempre y cuando no afecte los fines de protección y creación del PN-ANMI Madidi.

La Autorización será Revocada cuando la actividad que se realice sea distinta a la descrita al momento de solicitar la autorización.

De conformidad con el artículo 112 al 117 del Reglamento General de Áreas Protegidas, en el PN-ANMI Madidi se podrá implementar la siguiente infraestructura turística:

- a) Albergues, Áreas de Camping, Refugios.
- b) Centros de atención al visitante.
- c) Centros de interpretación.
- d) Museos de sitio.
- e) Senderos de interpretación.
- f) Señalización turística.
- g) Miradores.
- h) Torres de observación.
- i) Escondites.
- j) Baños ecológicos.
- k) Instalaciones de Canopy (Zip line y/o Canopy walk).
- l) Centros de documentación.
- m) Herbarios.
- n) Campamentos / Lodge (armables).

**Artículo 22 (Modalidad de acceso a las licencias y autorizaciones),** Las empresas que deseen obtener una Licencia de Operación Turística, se sujetarán al siguiente trámite:

- a) **Convocatoria Pública,** la Dirección del PN-ANMI Madidi realizará una Convocatoria Pública sujeta a un Pliego de Condiciones técnicas y legales que los proponentes deberán cumplir.
- b) **Solicitud de parte,** las solicitudes para obtener Licencias de Operación o servicios turísticos en el AP, serán dirigidas a la ANAP y presentadas en oficinas de la Dirección del AP, acompañando la documentación y demás requisitos de ley exigidos de acuerdo al presente reglamento, normativa y regulación técnica vigente, así como los instrumentos de planificación del área protegida.

**Artículo 75 (cobro),** El PN-ANMI Madidi cobrará directamente los importes por concepto de SISCO a los turistas sin que haya la intervención de terceras personas, excepto cuando se trate de traducción o explicación.

En los puestos de control y/o campamentos de operadoras, la oficina del SISCO expondrá en calidad de venta Souvenirs como ser poleras, gorras, llaveros, artesanías de comunidades originarias del ANMI-Madidi y otros, con el propósito de contar con un fondo de ingresos propios para el área protegida y sus comunidades.

Con carácter previo a la implementación de la venta de productos previstos en el presente artículo, el PN-ANMI deberá generar mecanismos de control administrativo y jurídico, a fin de enmarcar el manejo de los recursos económicos a las normas de control gubernamentales.



## **5. DIAGNÓSTICO**

El diagnóstico se realiza referente a lo que es PN-ANMI Madidi, tomando en cuenta a la Zona A, por ser este el área del proyecto. Dentro del diagnóstico se describe de manera general a la población de San Buenaventura por ser el único centro poblado que se toma en cuenta en la investigación, ya que su rol es un centro de paso para los turistas que vayan a ingresar hasta la comunidad de Torehua.

### **5.1. Análisis del turismo a nivel internacional**

“La actividad turística a nivel mundial se ha transformado en uno de los fenómenos económicos y sociales más importantes del siglo XXI, enfrentando constantemente nuevos desafíos para llegar a posicionarse como uno de los factores clave que contribuyen al desarrollo sostenible de los Estados, con el importante aditamento de constituirse en una actividad respetuosa del medio ambiente.

Las nuevas tendencias en este sector apuntan a satisfacer las necesidades del turista que busca vivir experiencias únicas e innovadoras. Según las proyecciones de largo plazo que realiza la Organización Mundial del Turismo (OMT) se prevén 1.600 millones de arribos internacionales para el 2020 a nivel mundial, y en este escenario, Europa continuará constituyéndose como el principal mercado emisor de turismo, viajeros que por su larga trayectoria en los viajes se han vuelto más exigentes en calidad y nuevas experiencias de descanso, ocio, aventura, entre otras expectativas de viaje.

Por otro lado, para el 2020, Alemania, Japón, EEUU, Reino Unido, Canadá, e Italia encabezan la lista de los principales mercados emisores de turistas en el mundo, sin duda son países con una cultura de viaje arraigado en su modo de vida y los precursores e innovadores de esta actividad. Sin embargo, llama la atención el posicionamiento creciente de China con más de 100 millones de viajeros y la Federación Rusa con 30 millones de viajeros, países poco conocidos en el ámbito turístico pero que en los últimos años mostraron un acelerado incremento de la renta per-cápita y un interés por conocer nuevas culturas.

La situación del 2010 muestra una convergencia con las perspectivas del 2020 ya que los principales países en turismo emisor que más gastan en el mundo son Alemania, Estados Unidos, y recientemente posicionado en el tercer puesto China, con 77.7, 75.5 y 54.9 de miles de millones de dólares que gasta en viajes de turismo a lo largo del globo terráqueo. Le siguen el Reino Unido (48.6 MM\$), Francia (39.4 MM\$), Canadá (29.5 MMS) y Japón (27.9 MMS)”.Según el Panorama OMT del turismo internacional, 2011.

Los arribos de viajeros a América se concentran en Estados Unidos, seguidos por México y Canadá, los primeros por el repunte del turismo de recreación, y de sol y playa fundamentalmente. En el sur Brasil y Argentina lideran los puestos de arribo, por las ciudades modernas, las playas y la alegría que ofertan a los visitantes. Por otro lado, el movimiento de turistas en Sudamérica ha generado 19.3 miles de millones de dólares en el continente del sur, donde los países con mayor cuota de mercado son Brasil, Argentina, Perú y Colombia. El ingresos de estas divisas en las economías del sur tienen un fuerte impacto en la renta percapita de sus habitantes, no solo en los sectores directamente vinculados al turismo sino también el comercio, servicios de comunicación, salud, valores, finanzas, etc.

Respecto al mercado del turismo comunitario se puede decir; que en los destinos de larga distancia, donde la característica fundamental son las dificultades de acceso, prolongados tramos de recorrido aéreos o terrestres, precaria infraestructura de conectividad, pero con importantes, atractivos y singulares recursos turísticos que motivan desplazamientos, los visitantes muestran un comportamiento singular, en cuanto a actitudes, valores, necesidades y actividades.

En América del Sur se puede apreciar tres tipos de visitantes: El primero es el turista que busca símbolos o iconos turísticos conocidos a nivel mundial, como las Islas Galápagos, Buenos Aires, Rio de Janeiro, la Patagonia, Isla de Pascua, entre otros; este turista se considera un cazador de fotografías y coleccionista de postales. Otro tipo de viajero es el especializado que busca en el mundo los lugares más adecuados para realizar actividades

como la observación de aves, mariposas, orquídeas, pesca deportiva, u otras actividades de su interés. Por último, están los turistas que quieren encontrar experiencias diferentes, salir de los paquetes turísticos clásicos, conocer comunidades, ciudades y actividades no descritas en las guías turísticas, desean ser los primeros en experimentar para comunicar al mundo su nuevo hallazgo.

Frente a los grandes cambios que se observa en las motivaciones de viaje, las necesidades también han ido en evolución, y ahora aparecen las necesidades de extender lazos de amistad, en un mundo cada vez cuanta con más habitantes pero con pocos amigos, también resalta las necesidades de volver a vivir, alcanzar nuevas metas, sentir que pese al tiempo transcurrido aún puede realizarse en un entorno diferente.

La necesidad de entender a culturas diferentes vislumbrada a finales de los noventa como tendencia mundial, se refuerza con nuevas aspiraciones experimentar estilos de vida diferentes y auténticas, el sentirse parte de una sociedad distinta y rescatar los comportamientos sociales para su crecimiento personal.

## **5.2. Análisis del turismo a nivel nacional**

Como observador de la actividad turística, del ámbito nacional donde se puede apreciar que Bolivia cuenta con una cuota de mercado significativamente reducida, respecto de los principales mercados emisores de turistas del mundo, siendo los principales los países colindantes, entre los cuales se destaca Argentina, Perú, Chile y recientemente Brasil.

“A nivel nacional los destinos de larga distancia con mayor afluencia turística son el **Lago Titicaca y el Salar de Uyuni**, los cuales cuentan con una variedad de atractivos turísticos, siendo la cultura y naturaleza los que actualmente mueven gran parte del flujo hacia estos destinos. Muchos de los viajeros quieren conocer ambas regiones a la hora de decidir la visita a Bolivia.

**Madidi**, parque nacional que se caracteriza por su exótica biodiversidad, en flora y fauna a nivel mundial, albergando asimismo comunidades en su territorio y gracias al flujo turístico que se genera la ciudad de La Paz, se logró articular y dinamizar a la región de Madidi – Rurrenabaque.

Por otro lado, el destino **Cordillera Real**, se halla situado relativamente cerca de la ciudad de La Paz, comprende una cadena montañosa de 600 nevados y por las características de sus atractivos se pueden realizar varias actividades especializadas, tales como la escalada, caminata, ascensos de montaña y observación de paisajes.

Las ciudades coloniales de **Sucre – Potosí** tienen como base turística su patrimonio histórico colonial y republicano, cuyo potencial más grande radica en la declaratoria de Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Las **Misiones Jesuíticas** se caracterizan por albergar a las joyas de la arquitectura barroca, con poblaciones que conservan su legado cultural, con énfasis en el trabajo artístico en madera.

Lo determinante del **Pantanal** es su gran diversidad de comunidades y fisonomías vegetales, que se encuentran conservadas por la baja participación del hombre en la zona, convirtiéndose en un santuario para las especies vivas que huyen del acoso de la agroindustria brasilera.

Un destino de alto flujo turístico sobre todo de turismo interno es el **Trópico de Cochabamba**, que se caracteriza por una gran riqueza en fauna y flora y actividades que se centran en aventura.

Los departamentos de Santa Cruz, Chuquisaca y Tarija forman el destino **Chaco**, mismo que se caracteriza por sus hermosos paisajes y por el legado histórico de las haciendas ganaderas de la región.

El destino **Trinidad** forma parte de una de las regiones con mayor biodiversidad del mundo, con abundancia inigualable de especies únicas en flora y fauna. Este destino es conocido también como la Capital Ganadera de Bolivia donde la crianza de bovinos es el principal sector productivo.

En el destino **Triángulo Amazónico** se practica el turismo de aventura por sus parajes selváticos, sus ríos navegables, majestuosos e imparables que discurren conectando grandes pedazos de selva, comunidades y asentamientos humanos.

El destino turístico de **Oruro**, concentra su actividad turística temporal en el fastuoso Carnaval de Oruro, inspirado por la Virgen de la Candelaria, magno evento folklórico cultural declarado Obra Maestra del Patrimonio Oral e Intangible de la Humanidad, siendo uno de los acontecimientos más grandes de expresión cultural de América Latina.

El turismo en Bolivia aporta con un 3.08% a la generación de valor agregado, lo que representa 5.364 millones de Bs. de producción turística, representando 11% de aporte del sector a la producción bruta del país.

Según la Cuenta Satélite de Bolivia, el movimiento de turismo interno es 2.5 veces más que el movimiento de visitantes extranjeros, eso se refleja en el movimiento económico que genera, alcanzando 405 millones de \$us., mientras que el turismo receptivo generó 378 millones de \$us. En la gestión 2010. Por otro lado la generación de empleos directos e indirectos en el sector alcanzó a 266.054 de los cuales 112.572 son mujeres y 153.482 hombres.

Los 5.3 millones de Bs. de producción bruta que genera el turismo en Bolivia son distribuidos principalmente en servicios de transporte de pasajeros (aéreo 19.7%, terrestre 14.7%), seguidos de los servicios de alimentación (30.4%) y alojamiento (10.5%).

Por otro lado, la generación de divisas que el sector aporta a la economía se constituye en el segundo rubro no tradicional después de la soya y quinto tomando en cuenta las exportaciones tradicionales como es el gas natural y los minerales (Zinc y Plata). Pero cabe resaltar que después que es el primer sector exportador no considerado materia prima no renovable en el caso de los tres primeros y con mayor valor agregado en el caso de la soya.

#### **5.9.5. Emprendimientos de turismo comunitario**

En Bolivia existen alrededor de 100 emprendimientos comunitarios distribuidos a lo largo del territorio, sin embargo, no todos los emprendimientos trabajan de forma constante, debido a que se constituye como una actividad complementaria a las labores agrícolas, pecuarias u otras.

Sin embargo, los emprendimientos que han mantenido cierta estabilidad a lo largo de los años son los que se encuentran dentro de las aéreas protegidas. De acuerdo a datos de SERNAP, actualmente se existen alrededor de 34 emprendimientos turísticos comunitarios en 11 Áreas Protegidas y Zonas de Amortiguación.

Lo que demuestra el gran potencial que posee Bolivia en cuanto a biodiversidad y cultura, por lo que, es posible generar una oferta de productos turísticos basados en la protección del entorno natural, la interacción con las comunidades locales y la posibilidad de generar ingresos adicionales a su actividad tradicional aprovechando de manera sostenible los recursos existentes; desarrollando el turismo en áreas protegidas, el turismo científico, el turismo comunitario, el turismo de aventura, el turismo cultural, el turismo de salud y el turismo arqueológico entre otros”<sup>36</sup>.

---

<sup>36</sup> Plan Nacional de Turismo 2012 – 2016. Pág. 8, 29.

### **5.3. Análisis de la situación del turismo en el PN ANMI Madidi como área de estudio.**

“El turismo en el PN-ANMI Madidi, comienza a principios de los 70, en lo que ahora es el PN-ANMI Madidi, la empresa turística TAWA construyó un albergue, senderos turísticos y 2 pistas de aterrizaje a orillas de la laguna Santa Rosa, cerca de la parte baja del río Tuichi, ofertando un turismo de caza y pesca.

En los años 80 el israelita Jossi Ginsberg publica su libro titulado "Back to the Tuichi", que narra su experiencia del año 1979 cuando se perdió en la selva del Tuichi. Este libro generó el boom de llegadas de turistas israelitas a Rurrenabaque para visitar el Tuichi y conocer el escenario que narra Ginsberg.

En el año 1998 el Albergue Ecológico Chalalán, ubicado a orillas de la laguna del mismo nombre y cerca del Río Tuichi, abre sus puertas a turistas de alto expendió, con una capacidad de 24 camas a la vez, personal capacitado y administrado por los pobladores de la comunidad de San José de Uchupiamonas.

En el caso específico del municipio de San Buenaventura, se cuenta con una gama de alternativas, las cuales deben ser incorporadas en un corto a mediano plazo, para de esta manera poder diversificar la oferta y dinamizar la demanda, permitiendo así generar mayor expectativa de visita al área, y con esto motivar a los empresarios privados a realizar inversiones en cuanto a infraestructura turística se refiere.

En este sentido pese a que el municipio posee grandes potencialidades turísticas de aprovechamiento, en la actualidad no se ha trabajado en políticas claras que permitan el mejor aprovechamiento y la efectivizarían de estos, por lo cual, el trabajo coordinado entre el sector público, sociedad civil, y empresas privadas deben apuntar a la

incorporación del producto, dentro de los marcos de calidad, para de esta manera poder genera una actividad que genere beneficios directos e indirectos a la población.”<sup>37</sup>

#### **5.4. Análisis de la situación actual del área del proyecto**

##### **5.4.1. Ubicación geográfica del PN-ANMI Madidi**

“El PN-ANMI Madidi se encuentra dentro de la Cuenca Fluvial Amazónica, uno de los sitios más importantes para la biodiversidad mundial, al ser el bosque tropical más extenso del mundo, abarcando al Brasil, Perú, Colombia, Bolivia y Ecuador. Alberga el 20% de las especies existentes de plantas del planeta y ostenta el título de una de las 7 maravillas naturales del mundo, la zona corresponde al área denominada de protección amazónica, categoría mundial que permite destacar la importancia natural para la humanidad.

Sin embargo, los espacios de conservación del Amazonas no son iguales en todos los países, pero entre estos, resalta la Amazonía peruana y boliviana, donde se cuentan con reservas y parques nacionales que velan por la preservación de sus recursos naturales que turísticamente comparten ofertas similares; siendo sus núcleos de distribución de visitantes Puerto Maldonado en el Perú y Rurrenabaque en Bolivia; con flujos turísticos similares. Puerto Maldonado distribuye visitantes hacia el Parque Nacional del Manu, la Reserva Nacional Tambopata y el Parque Nacional Bahuaja – Sonene, mientras que en Bolivia, Rurrenabaque distribuye turistas hacia el Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Madidi, la Reserva de la Biósfera y Tierra Comunitaria de Origen Pílon Lajas y el Área Protegida Municipal Pampas del Río Yacuma.

El PN y ANMI Madidi también forma parte del Corredor de Conservación Villcabamba – Amboró, espacio de conservación que abarca 30 millones de hectáreas que se extienden desde el Parque Nacional Otishi (Villcabamba) en Perú hasta el Parque Nacional Amboró en Bolivia. Este corredor está conformado por 16 áreas protegidas que

---

<sup>37</sup> Propuesta – estrategia de Turismo PN ANMI Madidi. Pág. 37.



son reconocidas como los lugares biológicamente más diversos del planeta, en la región de los andes tropicales.

El PN-ANMI Madidi, geográficamente se encuentra entre 12°30' a 14°44' de latitud sur y entre 67°30' a 69°51' de longitud oeste, en la región noroeste del departamento de La Paz, en las provincias Franz Tamayo, Abel Iturralde, los municipios involucrados son Apolo, San Buenaventura, Ixiamas, Curva, Pelechuco y está relacionado como el municipio de Guanay.

Colinda al oeste, con la Reserva Tambopata Candamo y el Parque Nacional Bahuaja Sonene en el Perú; al este con la TCO Tacana I; al norte con la TCO Tacana II y al sur con el Área Natural de Manejo Integrado Apolobamba, la TCO Lecos Apolo, TCO Lecos Larecaja y la Reserva de la Biosfera y Territorio Indígena Pilon Lajas.

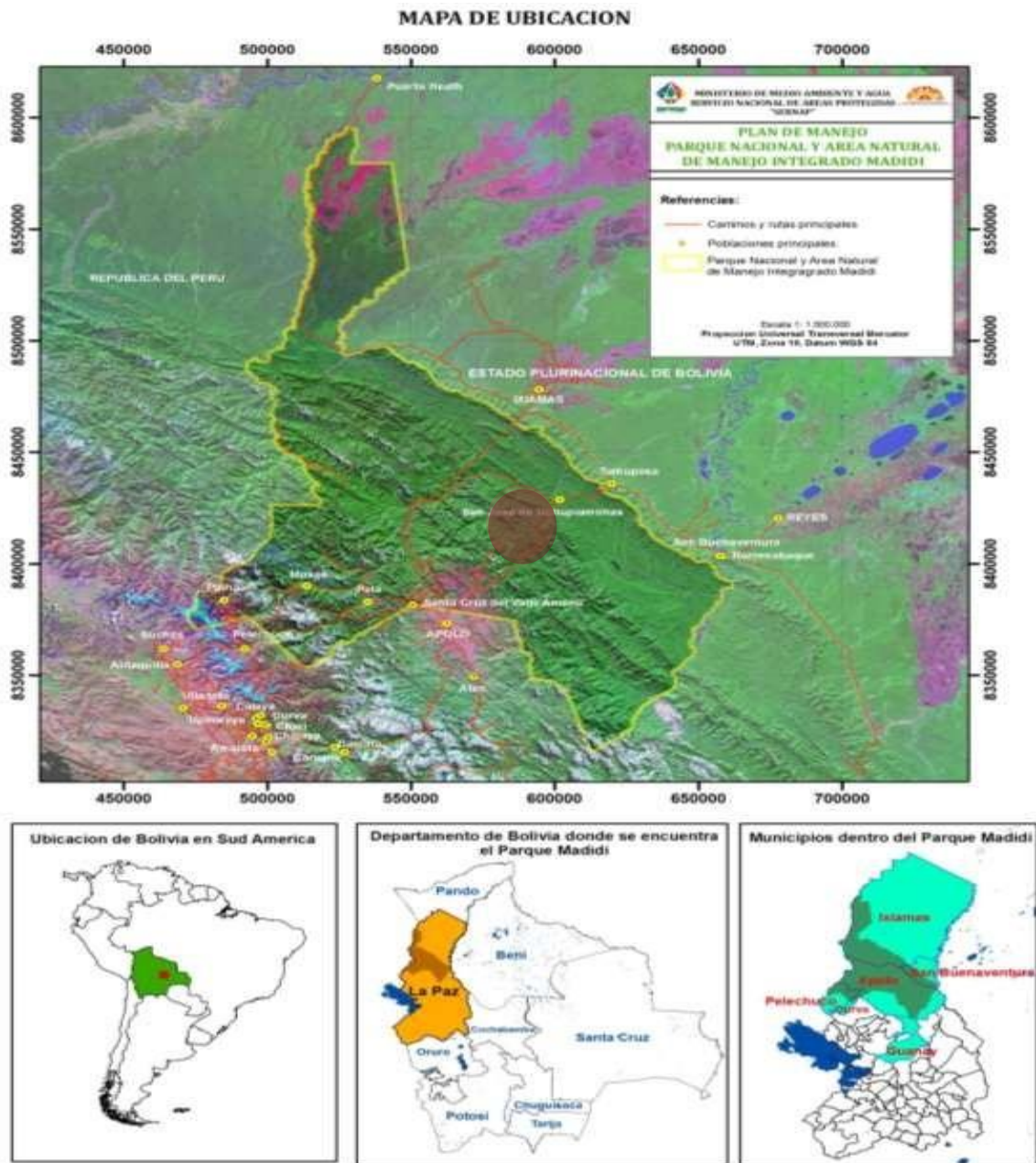
Esta área protegida pertenece a dos categorías de manejo: Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado, categorías de manejo determinadas según las características particulares, valores naturales y potencialidades. Por lo cual la superficie total es de 1.895.750 has. 18.957 km<sup>2</sup>.

El rango altitudinal del área oscila entre los 6.000 y los 1.800 msnm, desde las altas cordilleras en la zona de Apolobamba hasta la llanura Amazónica del río Heath por lo que presenta una gran variedad de pisos ecológicos y diversidad de ecosistemas<sup>38</sup>.

---

<sup>38</sup> Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Madidi. Pág. 6.

## Ubicación geográfica de la Comunidad de Torehua como área de estudio



Fuente: PN ANMI Madidi 2016.

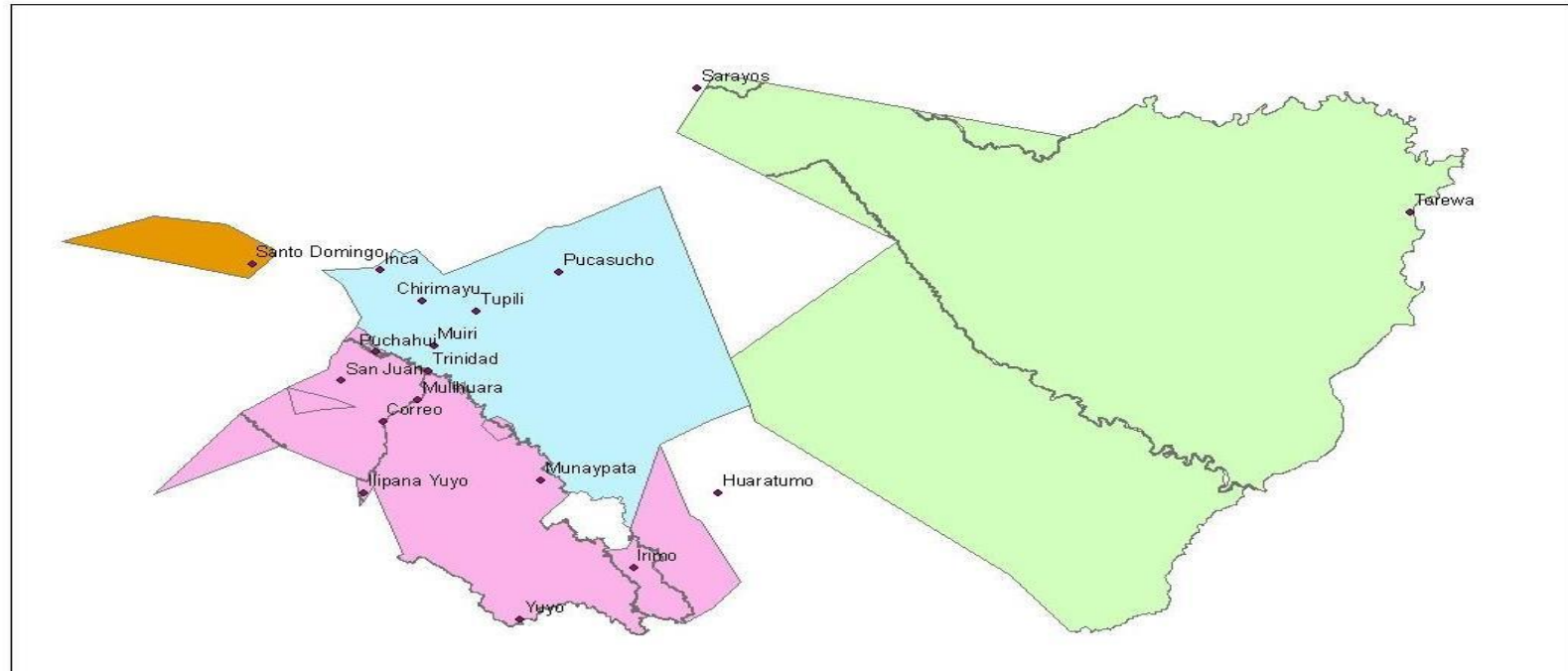
#### **5.4.2. Ubicación del área de intervención del proyecto**

“La comunidad de Torehua se encuentra ubicada en la provincia Franz Tamayo del departamento de La Paz, al Noreste de la población de Apolo, entre las coordenadas 0549575 y 8364532 (UTM), política y administrativamente pertenece al Municipio de Apolo.

Limita al Este con el río Beni, al Oeste con la comunidad de Sarayoj, al Norte con el río Tuichi y al Sur con el río Quendeque.

Para fines del proyecto, esta comunidad tiene mayor relación con la población de San Buenaventura y Rurrenabaque. Por lo que es menester señalar que la comunidad de Torehua está al interior del Parque Nacional Madidi a 3 horas de subida por el Río Beni a 20 Km de San Buenaventura.

UBICACION DE LAS COMUNIDADES



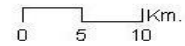
**Leyenda**

- ◆ Ubic. Comunidades
- Pol. 1 (titulado)
- Pol. 2A (Proceso)
- Pol. 2B (Proceso)
- Pol. 3 (Proceso)



ESCALA NUMÉRICA  
1:500.000

ESCALA GRÁFICA



Fuente: Diagnóstico Comunidad de Torehua 2015. 1

### 5.9.6. Demografía

El número total de familias es de 21; de los cuales el 100% son jefes de familia hombres. El total de la población asciende a 105 personas, representando en porcentaje el 53% (56) de hombres y el 47% (49) de mujeres.

#### Características demográficas

<b>Nro de familias</b>	<b>21</b>			
<b>Jefes de familia por sexo</b>	Hombres	21	Mujeres	0
<b>Total de población</b>	<b>105</b>			
<b>Población por sexo</b>	Hombres	56	Mujeres	49

Fuente: Censo GTI-CIPLA, 2008

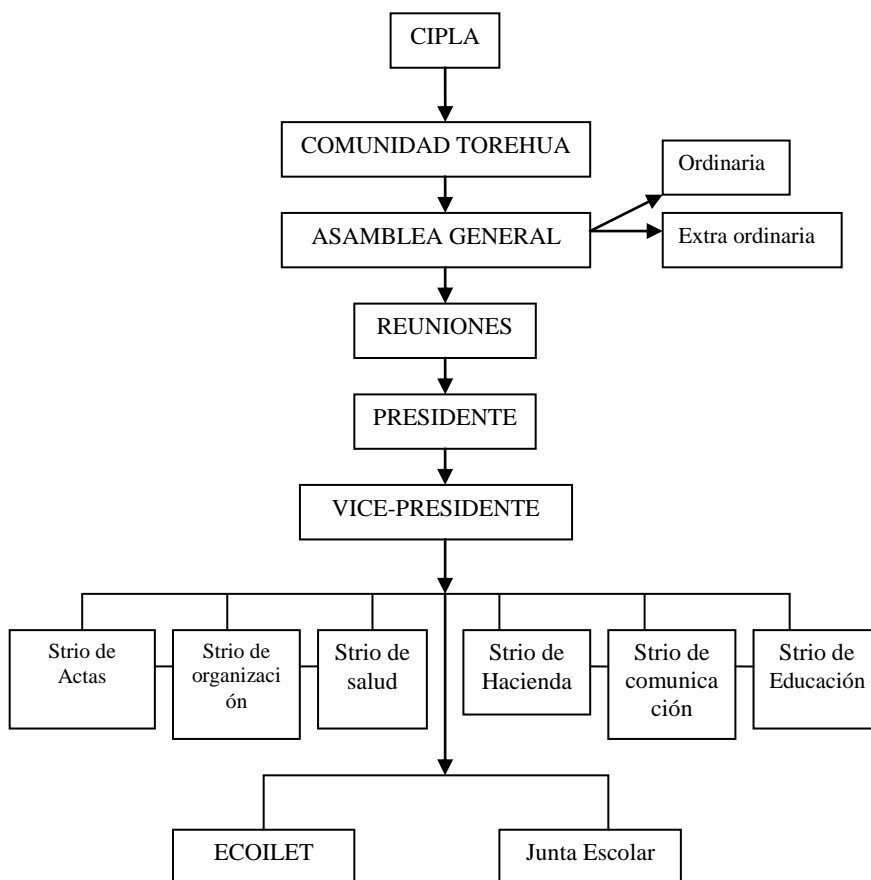
Si consideramos el rango de edad de la población debemos resaltar que el mayor porcentaje de la población es menor a los 19 años (58 personas) y representa el 55% del total de la población., es una tendencia bastante regular en torno a la edad.

### 5.9.7. Organización

La comunidad indígena de Torehua pertenece a la organización CIPLA (Central Indígena del Pueblo Leco de Apolo). Su estructura orgánica está conformada y organizada desde el nivel de TCO, representada por la CIPLA; debajo se encuentra como instancia de decisión la organización comunal, la que a través de las asambleas (ordinarias y extraordinarias), promueve el control social y genera un ámbito constante de discusión y resolución de conflictos. Otra instancia de coordinación son las reuniones de planificación. Como ente representativo se encuentra la parte ejecutiva representadas por el presidente y vicepresidente comunal, los cuales representan a la población en todo tipo de acontecimiento. Como parte operativa se tiene seis secretarías encargadas de cumplir y hacer cumplir las disposiciones emanadas por la organización comunal. Como forma de relacionamiento específico se cuenta con la junta escolar y la Empresa Comunitaria Indígena Lecos de Torehua (ECOILET).

La funcionalidad de la directiva es limitada, debida a que se carece de medios de transporte para comunicarse con otras instituciones.

### Organigrama de la comunidad de Torehua



Fuente: DRP - GTI CIPLA, ajustado 2008

### 5.9.8. Género

La participación efectiva del género femenino es abierta a la asistencia a reuniones y asambleas comunales. Sin embargo no ocupan ningún espacio dentro de la estructura organizacional comunal.

### **5.9.9. Relacionamiento**

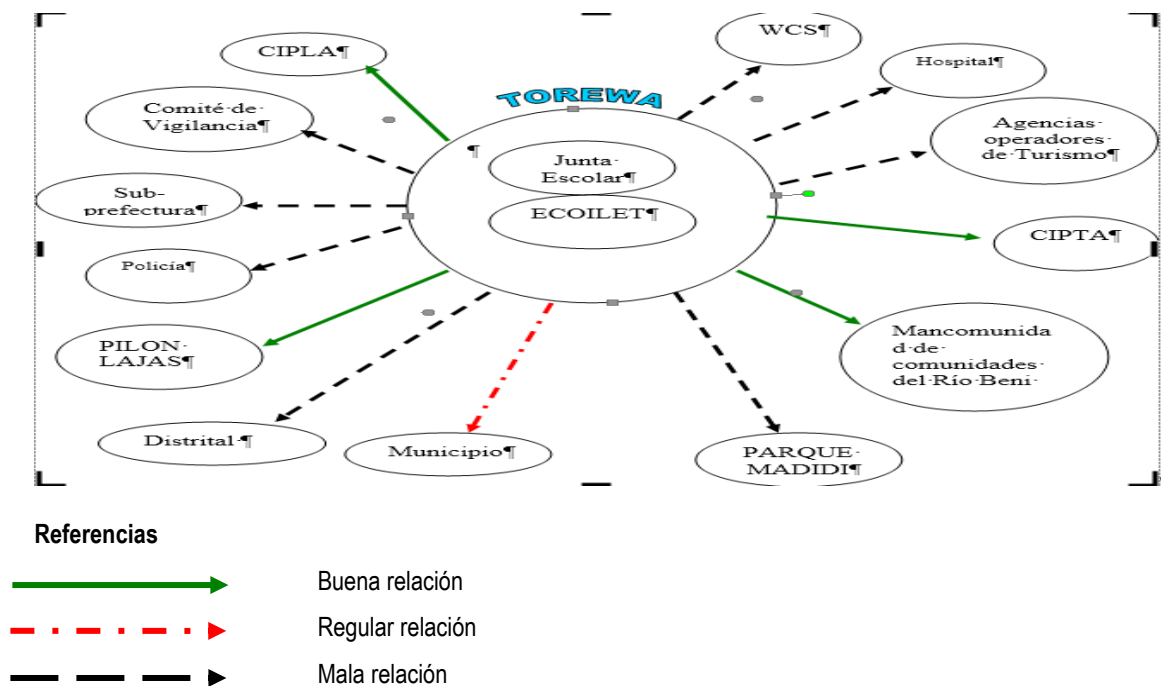
A nivel interno la organización comunal, cuenta con la junta escolar y la ECOILET (Empresa Comunitaria de la Organización Indígena Lecos de Torehua), la misma que se relaciona de manera permanentemente con el resto de la organización.

A nivel externo la comunidad establece relaciones con varias instituciones gubernamentales y no gubernamentales. De acuerdo al taller de diagnóstico realizado por la GTI CIPLA, la población destaca que se mantiene buenas relaciones con la CIPLA, CIPTA, PILON LAJAS y la Mancomunidad de comunidades del río Beni, Suse Quendeque; regulares relaciones con el municipio de Apolo y el Parque Madidi; por otro lado consideran que se tiene malas relaciones con la sub Gobernación, operadores de Turismo y la WCS<sup>39</sup>.

Las malas relaciones en el gráfico, es raíz de diferentes causas que las instituciones tuvieron con los comunarios, señalan que el Parque Madidi y la WCS, son instituciones que no les permiten realizar chequeos, caza y pesca comercial, las instituciones públicas, como el Gobierno Municipal y la Sub Gobernación se olvidan de ellos, nunca apoya a la comunidad. Al contrario pasa con el CIPTA y el CIPLA y la Mancomunidad de Comunidades del Rio Beni, son quienes de alguna manera se preocupan por ellos, con apoyo con proyectos productivos, como la siembra del Plátano y venta de este producto.

---

<sup>39</sup> Diagnostico Comunidad de Torehua. Pág. 8.



### 5.5. Análisis de la oferta turística

Luego de conocer donde se ubica el proyecto se debe empezar a conocer la oferta turística como componente del sistema turístico existente en el área de acción del proyecto.

A continuación se presenta el análisis de la oferta turística a nivel del área involucrada en el proyecto (zona A del PN-ANMI Madidi) tomando en cuenta a la población de San Buenaventura como punto de acceso al circuito que a futuro se tomará como punto de registro de ingreso de visitantes en la oficina central del PN ANMI Madidi.

#### 5.9.10. Componente natural

“El componente natural está constituido por los factores naturales que condicionan la actividad turística pudiendo impulsar o frenar la actividad turística que se quiere realizar, por lo que es importante conocerlos.



**a) Clima.**

La caracterización y clasificación climática, es un aspecto muy importante que permite el uso adecuado de técnicas y/o procesos de construcción y diseño a tomar en cuenta para la realización de equipamientos.

La temperatura media anual es de 25,7 °C, con las máximas temperaturas en octubre (27°C) y las mínimas en julio (20°C).

**b) La altura**

La comunidad se encuentra a una altura de 1.400 metros sobre el nivel del mar. La topografía de la comunidad es mayormente la parte plana con serranías moderadas y fuertes en sus partes extremas, constituyéndose la comunidad en una sábana tropical.

**c) Precipitación fluvial**

“época de lluvias” (noviembre a marzo), y la “época seca” (abril a octubre) donde las precipitaciones se reducen hasta 80 mm en agosto.

**d) Humedad relativa**

Se mantiene alta durante los meses de diciembre a junio (85%), mientras que de julio a noviembre se reduce hasta 73%.

**e) Recursos hídricos**

De importancia sustancial para la determinación del uso y la ocupación de suelos y la punto seleccionada de la infraestructura a proponer.

El área comunal está constituida por los ríos Rupia y Sabacal y numerosos arroyos que inician en sus partes altas y confluyen al río Beni. La comunidad tiene la presencia de fuentes de agua de forma permanente.

El área intervenida por el proyecto pertenece en general a la cuenca amazónica, que presenta a la unidad hidrológica del Beni.

#### **f) Biodiversidad**

Una de las áreas que presenta gran importancia para su conservación, es el área del proyecto, pues, presenta ecosistemas definidos con altos valores de biodiversidad que requieren ser conservados ante la presión ejercida por el crecimiento de la frontera agrícola, la extracción de madera de forma ilegal y la caza ilegal destinada a fines comerciales.

#### **g) Vegetación**

En el Madidi se encuentra una amplia diversidad de ecosistemas y paisajes, lo cual determina la presencia de varios tipos de vegetación y un elevado número de especies de plantas. Hasta el momento se han registrado 1868 especies de plantas vasculares, y probablemente se encuentren 2871 especies más, dando un total de 4739 especies equivalente al 34% de las especies de plantas conocidas en el país. De las especies registradas 31 son hasta la fecha exclusivas del Madidi y 92 son endémicas de Bolivia.

Diferentes estudios en las Áreas Protegidas de Bolivia señalan que el Madidi es una de las Área Protegidas de mayor diversidad de especies de plantas vasculares registradas. Si bien es cierto que estas diferencias en diversidad entre sitios podrían deberse a diferencias en el esfuerzo de muestreo.

En la región de Madidi se encuentran los bosques estimados como los más ricos de Bolivia, producto de la mezcla de elementos de la serranía y las terrazas aluviales antiguas, es decir que su diversidad está compuesta tanto elementos del bosque amazónico como del bosque montano.

## **h) Fauna**

La variedad de ecosistemas, paisajes y tipos de vegetación del Madidi resulta en una alta biodiversidad tanto de flora como de fauna. El Área Protegida alberga 1408 especies de vertebrados presentes y 619 probables, alcanzando una diversidad estimada de vertebrados de 2027 especies. El grupo de aves se encuentra extraordinariamente representado por 905 especies presentes y 291 probables, haciendo un total de 1196 especies estimadas o 86% de las aves del país. El grupo de mamíferos está representado por 156 especies presentes y 27 probables, alcanzando un total de 183 especies estimadas o 51% de los mamíferos del país. La herpetofauna del Área Protegida está compuesta por 84 especies de anfibios presentes y 88 probables, haciendo un total de 172 especies estimadas o 85% de los anfibios del país; y por 71 especies de reptiles presentes y 109 probables, alcanzando un total de 180 especies estimadas o 70% de los reptiles del país. Los peces están representados por 192 especies presentes y 104 probables, llegando a un total de 296 especies estimadas o 51% de la ictiofauna del país”<sup>40</sup>.

## **i) Recursos y atractivos turísticos – sitios naturales PN-ANMI Madidi**

El Catalogo de Atractivos Turísticos elaborado por el Gobierno Autónomo Municipal de San Buenaventura, la base de datos de atractivos del Gobierno Departamental de La Paz y el Estudio de Consolidación del Producto Turístico Integral en el PN – ANMI Madidi coinciden en los siguientes atractivos como los más relevantes en el área.

La imagen de la Macro Región Amazonía definida para la planificación de destinos turísticos por el Gobierno Departamental de La Paz, tiene como atractivos de mayor relevancia al Parque Nacional Madidi que incluye a la Laguna Chalalán de Jerarquía IV (atractivos que son capaces de motivar desplazamientos de corrientes internacionales por sí solos). La diversidad de atractivos turísticos, permiten la realización de distintas

---

<sup>40</sup> Diagnostico Comunidad de Torehua. Pág. 10.

actividades con sus diferentes variantes, siendo las más practicadas actualmente el trekking, expedición e interpretación de selva.

El estado general de los atractivos de naturaleza es bueno, pero está íntimamente ligado a la implementación de procesos de conservación del entorno paisajístico y de la biodiversidad, pues estos, se constituyen en la base del desarrollo de actividades y experiencias en el área del proyecto.

### **5.5.2. Componente cultural**

Esta parte del diagnóstico refleja la parte humana dentro la investigación, sus costumbres, su manera de vivir, su cosmovisión de las poblaciones y comunidades involucradas en el proyecto.

En el presente proyecto, la descripción de este componente fue muy importante, ayudo a definir actividades turísticas como la convivencia con los comunarios y el agroturismo, aspectos que en propuesta se establecen como un producto de turismo comunitario.

El análisis cultural se realizó en base a la población en la comunidad de Torehua, por ser esta la comunidad directamente involucrada y beneficiaria con este proyecto de grado.

#### **a) Recursos y atractivos turísticos – sitios culturales**

Según a los informantes más antiguos que viven en la comunidad, los primeros asentamientos datan desde la época de la revolución del 50, donde los primeros habitantes de la comunidad fueron Las familias Nay, Tureno, Surita, Lens, Velasco, Orlando Irose, Rodolfo Irose, los comunarios recuerdan de estas familias, son personas que ya no viven en la comunidad.

Posteriormente llegaron a vivir a Torehua varias familias: Emiliano Paredes, Rómulo Ramos, Guzmán Piluy, Claricia Mamani, Martín Quiroz, Camilo Valcazar, Ángel Ramos, Félix Valverde, y recientemente los señores: Lorenzo Paredes, Alejandro

Espinosa, Pedro Chamba, Lauriana Tito, Ángel Choque, Silverio Chulpa, Daniel Beyuma, Pedro Arancibia, Ernesto Mamani, Abel Chambi, Damián Paredes, Darío Chambi, Abelardo Peña, Gabriel Choque, Miguel Barrera, Francisco Maita, Rogelio Mamani, Alberto Vila.

La comunidad de Torehua fue fundada el 12 de septiembre del año 1993, por las siguientes personas: Emiliano Paredes, Rómulo Ramos, Guzmán Piluy, Ernesto Mamani, Martín Quiroz, Beto Chinari, Camilo Valcazar. La comunidad durante su fundación tenía 12 familias con aproximadamente 60 habitantes entre hombres, mujeres, niños y niñas.

Algunas de las razones de fundar esta comunidad fueron; El trabajo de la agricultura, migración de Apoleños, conformar una empresa agroganadera ecologista de Torehua y otras razones de orden social dieron lugar a la creación de la nueva comunidad con el nombre de Torehua.

Torehua en su historia ha atravesado sucesos importantes como; La comunidad al inicio fue empresa y por razones de abandono de los comunarios (socios), por miedo a la inundación por el proyecto de represa del Bala, migraron al municipio de Reyes, zona el nuevo amanecer en el año 1997, posteriormente al no ejecutarse dicho proyecto de represa, los habitantes de esta comunidad retornaron a su comunidad de origen en el año 1998 entre 6 familias a reconstruir nuevamente su comunidad, en el año 2003 pensando en la seguridad jurídica de la tenencia de la tierra y revalorizar la identidad cultural como pueblo leco se reorganizaron en comunidad indígena y se afiliaron al CIPLA, todos reconocen como suceso importante el gran logro de la titulación de la TCO, de esta manera quedando como absolutos dueños de toda la zona de Torehua y beneficiario de la TCO, asimismo se recuerda de desastres naturales como el desborde del Río Beni, además susceptible que ocurra cualquier año, granizada en el año 2005 con viento fuerte que causo escasez de alimentos.

### b) Idioma

Del total de la población, 31 personas son bilingües (quechua y castellano), representando en porcentaje un 66%; solo quechua 5 personas y el resto es menor de edad.

Sexo	Idioma			Total
	Menores de 6 años	Quechua	Quechua castellano	
Hombre	6	4	15	25
Mujer	5	1	16	22
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>31</b>	<b>47</b>

Fuente: Censo GTI-CIPLA, 2008

### c) Grupos étnicos

La comunidad indígena de Torehua pertenece a la organización CIPLA (Central Indígena del Pueblo Leco de Apolo).

En la comunidad existen zonas o lugares sagrados que se encuentran ubicados entre el afluente de los ríos Rupia y Sabacal (encuentro del río Beni) existe un lugar sagrado de piedra tallada, al que los antiguos pobladores mostraban su devoción.

### d) Artesanía

Para la elaboración de artesanías tienen 7 especies, las especies usadas son chima (*Bactris gasipaes*), chuchió (*Gynerium sagittatum*), motacú (*Attalea paleratha*), tacuara (*Guadua angustifolia*), etc.

### e) Artesanías de origen agrícola

La producción agrícola es la materia para la elaboración de una serie de sub-productos, que su destino básicamente es para consumo interno.

### Productos alimenticios artesanales de origen agrícola

Materia prima	Producto elaborado
Maíz	Chicha, maisillo, tamales, wiñapo, pan, tujuré, somó y sopaipilla
Arroz	Pan
Yuca	Chivé, chicha, masaco, sonso y paraguayó
Plátano	Masaco, chicha, payuje, vinagre y api
Maní	Chicha y café
Papaya	Mermelada
Zapallo	Crema

Fuente: Trabajo de campo GTI-CIPLA, 2008

#### f) Artesanías de origen del monte y de animales de cría

Los recursos forestales o restos de animales de cría, son la base para la elaboración de una serie de artesanías o instrumentos para uso diario, con destino interno principalmente.

#### Sub-productos de recursos del bosque y pecuarios

Materia prima	Producto elaborado
Mitimora	Canasto, sombrero y llamachi
Chonta	Anillos y collares
Lágrimas de maría	Collares y decoraciones
Coco	Monedero, copa, champanera y trabas
Bambú	Sillas y catres
Ojo de boyé	Cortinas y collares
Jipi japa	Sombrero, monedero y balaya
Jipijapa	Pinquillo y artesanía
Motacú	Escoba y sombrero
Huaruro	Collares, manillas y aretes

Fuente: Trabajo de campo GTI-CIPLA, 2008

#### 5.9.11. Componente de festividades y eventos

En relación al componente de festividades y eventos, se tiene las siguientes festividades donde se puede apreciar la esencia cultural quechua de la comunidad el 19 de marzo de cada año, donde festejan su fiesta patronal en honor a San José. Otra fiesta representativa y digna de ser incluido como atractivo turístico es la celebración de la Semana Santa.

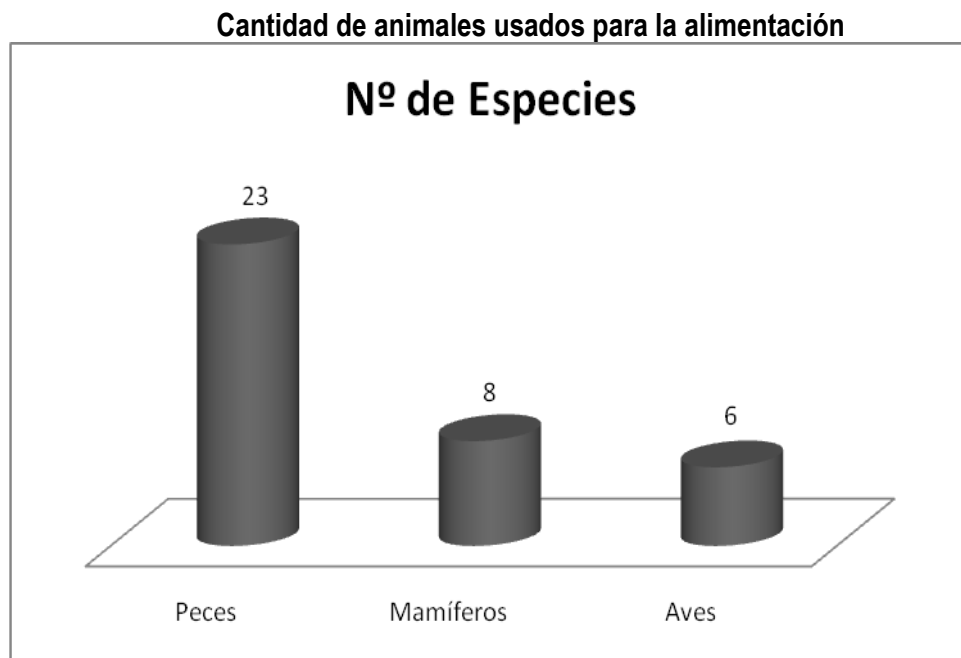
### 5.9.12. Componente gastronómico

La gastronomía de la comunidad se basa en el consumo de carne de cacería, basada en las entrevistas de los comunarios... “Antes se cazaba para vender pero después de que somos Parque, todo está prohibido y los guardaparques controlan todo.” (CHAVES Juan, 11 de abril 2017).

Actualmente la cantidad de especies que se cazan para alimento son 14, de las cuales 8 son mamíferos y 6 aves, entre los animales cazados se tienen el chanco tropero, taitetú, jochi, monos, pava, etc.

Las técnicas de cacería son 1) armas de fuego y 2) persecución con perros: las armas de fuego más utilizadas son, la escopeta y salón, especialmente para la cacería de animales de porte grande y medianos como ser antas, chanco, venado y aves; la persecución con perros es normalmente cazar chanco de monte, jochis y tatú.

#### a) Uso interno animales silvestres



Fuente: Trabajo de campo GTI – CIPLA, 2008



- **Consumo de peces**

Según entrevista a los comunarios, señalan “...*Hay sábalo, mamuri, pintao, bagre, surubi, pacu, palometa, grisos, curubina, todo es para el consumo y de forma ocasional, porque no hay mucho tiempo para realizar esta actividad, porque también tenemos carne de monte para comer.*” (YANAPA Aurelio, 11 de abril 2017)

Actualmente la cantidad de peces utilizada por las familias asciende a 23 especies, las especies aprovechadas son el Sábalo, Mamuri, etc.

Los lugares de pesca son los ríos Rupia y Savacal, que pasan cerca de la comunidad, la mejor época para la pesca es cuando empiezan a bajar los ríos que normalmente es después del mes de marzo.

- **Consumo de frutas silvestres**

Se han identificado 6 especies de plantas para la alimentación, las partes comestibles son los frutos carnosos y palmito, los frutos usados son el achachairu, majo chima, etc. La época de presencia de frutos maduros son los meses de enero a marzo.

La diversidad de frutos comestibles silvestres es complementaria a la dieta alimentaria de las familias en la comunidad.

- **Recolección de la miel**

El aprovechamiento de miel, se lo realiza normalmente cuando las familias salen de la comunidad al monte a cazar o están como guías de turistas, normalmente se melea la abeja, señorita, mujuco y motavita, la época de mayor producción de miel son los meses de agosto, septiembre y octubre. Las técnicas de recolección de miel, se las realizan con apoyo de hacha y machete, en casos de que la miel está muy alto, se procede a tumbar el árbol y si está cerca del suelo solo se realiza una abertura lo suficiente para poder sacar la miel y no matar la planta.

### 5.9.13. Componente de actividades recreacionales

Esta actividad se relaciona íntimamente con la población de Rurrenabaque, pues aquí se puede encontrar una gama de centros de esparcimientos, aunque no sea de uso exclusivo para los turistas, existen centros de diversión como discotecas, karaokes, billares y otros.

### 5.5.6. Componentes de medios y vías de comunicación

#### a) Transporte y acceso

Rurrenabaque seguirá jugando el papel de centro de distribución, puesto que cuentan con servicios establecidos y además se constituyen en punto de descanso, alimentación, acceso a medios de transporte y pernocte de visitantes.

#### b) Acceso terrestre a Rurrenabaque y San Buenaventura

Las principales vías de comunicación para el destino turístico Madidi, es a través de la carretera troncal desde la ciudad de La Paz, el viaje es de 18 horas aproximadamente hasta Rurrenabaque, desde aquí se cruza el Rio Beni en transporte fluvial (Catrayas) y se llega a San Buenaventura.

#### c) Acceso aéreo a Rurrenabaque

Rurrenabaque cuenta con servicio aéreo diario desde La Paz. Las compañías aéreas que operan actualmente son Transporte Aéreo Militar y AMASZONAS.

#### Características del acceso aéreo

Ruta	Empresa	Frecuencia	Precio
La Paz – Rurrenabaque	Amazonas	Diaria (entre 4 y 5 vuelos diarios)	Bs. 990 - 1200 Nacionales Bs. 1300 - 1500 Extranjeros
La Paz –	TAM	Lunes, miércoles,	Bs. 900 - 1200

Rurrenabaque	(Transporte Aéreo Militar)	Viernes y domingos	Nacionales 1300 1500 extranjeros
Santa Cruz - Rurrenabaque Santa Cruz (vía Trinidad)	Amazonas	Lunes, miércoles y viernes. 1vuelo	Bs. 1175-2350
Trinidad - Rurrenabaque	Amazonas	Lunes, miércoles y viernes. 1 vuelo	Bs. 400-500

En un futuro muy cercano se contará con otros puntos de ingreso al PN-ANMI Madidi, ya que cuenta con 2 flamantes aeropuertos en las poblaciones de Apolo e Ixiamas, infraestructuras que se convertirán en la puerta para promover el turismo desde estos puntos estratégicos hacia el área protegida, convirtiéndose estas poblaciones Rurrenabaque, Ixiamas y Apolo en centros turísticos de estadía y centros turísticos de distribución.

Siendo realista, San Buenaventura no engrana en este triángulo turístico del Madidi (conformado por los aeropuertos citados) por lo que es imprescindible realizar estudios para determinar el rol turístico que puede desenvolver esta pintoresca población. Rurrenabaque acapara todo los beneficios respecto al turismo del destino Madidi, por lo que es urgente, planificar el turismo a nivel macro como destino y otros estudios específicos para definir el rol de San Buenaventura como oferta de complementariedad a Rurrenabaque, de lo contrario, San Buenaventura estará siempre relegada respecto al turismo de Rurrenabaque.

#### **d) Acceso fluvial**

El transporte fluvial al Madidi es desde las poblaciones de Rurrenabaque, San Buenaventura, Guanay, Coroico entre otras, navegando los ríos Tuichi y Beni. Sí bien la navegación por éstos afluentes se realiza durante todo el año, las inclemencias del tiempo determinan la época más adecuada. Se aconseja la navegación sobre todo en los meses de mayo a octubre, en la época seca.

El bote con motor fuera de borda se constituye en el medio más empleado para la actividad turística y la comunicación entre comunidades. El costo del transporte varía si este es comunitario o turístico.

#### Acceso Fluvial al PN-ANMI Madidi

Ruta	Frecuencia	Precio
Desde Rurrenabaque a Caquiahua como tours	Dependiendo reservas	Aprox. 1000 Bs. (grupo)
Desde Coroico a Rurrenabaque como Tours	Dependiendo reservas	Aprox. 1950 (persona)

#### 5.5.7. Comunicación y transporte

El servicio de comunicación generalmente se lo realiza mediante la telefonía celular de TIGO, VIVA Y ENTEL, mediante un sistema de 2 o 4G.

El servicio de Internet se puede captar en los aparatos celulares con sistema Android o mediante Modem de cualquier empresa telefónica o en las cabinas que generalmente se los encuentran en Rurrenabaque.

##### a) Canal de TV

El servicio de TV abierta en Rurrenabaque, se capta canales nacionales (Bolivia TV, Unitel, Bolivision, ATB y otros canales locales). También se puede acceder a paquetes de Televisión por Cable que están disponible de acuerdo a las posibilidades de Pago.

##### b) Radioemisoras

Pero la población de Rurrenabaque puede acceder a un conjunto de emisoras locales que tienen cobertura sobre poblaciones y comunidades vecinas, pero por la serranía y la distancia a Torehua solo llega las emisoras Fides, Panamericana y radio Patria Nueva.

**c) Prensa escrita**

Se cuenta con la publicación mensual del periódico 4º Poder, en este medio se publica noticias regionales de carácter político, social y municipal. Este periódico se distribuye a un costo de Bs. 5 en farmacias, agencias turísticas y puerto de la población de San Buenaventura.

**d) Sistema vial y transporte**

El único medio de transporte para llegar a la comunidad de Torehua es la fluvial. La comunidad se encuentra a 3 horas de viaje desde Rurrenabaque o San Buenaventura por el río Beni hacia arriba. En la actualidad la comunidad no cuenta con un transporte propio, debiendo esperar eventuales viajeros para poder trasladarse.

**e) Medios de comunicación**

La comunidad accede al servicio de una radio de banda corrida, la misma que fue prestada por terceras personas. Funciona en la frecuencia de 5.300 en dos horarios (8:30 de la mañana y 17:00 por la tarde). Los pobladores no pagan por el servicio de radio.

**5.5.7. Componente de salud y seguridad**

**a) Medicina convencional**

Entre las enfermedades frecuentes se encuentran las Infecciones Respiratorias Agudas IRAS, las Enfermedades Diarreicas Agudas EDAS, las cutáneas, parasitosis intestinal y desnutrición. También hay problemas con la alimentación con el tema de la talla y peso bajo indicativo de la desnutrición en los niños.

Entre la población adulta, lo más común en los hombres son las heridas, cortaduras (por las características del trabajo que realizan en el campo, luego casi no se enferman) y en la mujer infecciones urinarias, el 80% es por relaciones sexuales, retención urinaria y falta de aseo vaginal.

**b) Sistema formal de atención**

La comunidad de Torehua no cuenta con ningún tipo de servicio formal en salud; tampoco con medicamentos (botiquín comunal). En casos de enfermedad extrema se recurre ya sea a San Buenaventura o Rurrenabaque, pero la distancia y el transporte a estos centros es otro impedimento.

Con el fin de poder beneficiarse del seguro de salud, las madres gestantes y niños en muy raras ocasiones acuden a un médico.

**c) Sistema tradicional de salud**

Debido a la inexistencia de un sistema formal de salud, la comunidad utiliza remedios caseros, con el fin de atender a los eventuales enfermos. En la actualidad las enfermedades más comunes son: la espundia, la misma que es tratada con palo diablo; la diarrea tratada con airampo; los vómitos con agua de coco y caña; las infecciones por picadura de mosquitos tratada con piñón.

**d) Seguridad**

Tanto en San Buenaventura y Rurrenabaque cuenta con una estación de policía, la cual cumple sus funciones y debe atender toda la jurisdicción municipal, en caso de delitos que requieran una demanda judicial es transferida al Juzgado.

La seguridad en la operación turística muchas veces está a las recomendaciones de los Guías, del propio grupo y en la selva pueden asistir los Guardaparques.

**5.5.8. Componente educación**

Antes no había oportunidad para que los niños/as y jóvenes puedan ingresar a estudiar; debido a que solo era para gente que contaba con ingresos monetarios. Por ello es que la educación tradicional prevaleció con la enseñanza de los padres a los hijos sobre los oficios y actividades que realizan constantemente.

Una vez que hubo escuela, la modalidad era bastante autoritaria y “castellanizante”, debido a que los maestros que llegaban eran de otros lugares.

#### **a) Educación formal**

La unidad educativa indígena Torehua pertenece administrativamente al distrito de Apolo. El funcionamiento es hasta 7mo grado de primaria. Cuenta con un ambiente que fue construido con el esfuerzo de la población, una cancha que está en malas condiciones y un baño en construcción. No se cuenta con mobiliario ni equipamiento adecuado dificultando la participación activa de los estudiantes. Con el fin de poder subsanar la deficiencia de material educativo, la comunidad solicita a los voluntarios extranjeros apoyo, debido a que no cuentan con recursos económicos.

Se cuenta con una junta escolar que funciona a medias, por la falta de motivación y sobre todo condiciones económicas para poder coordinar y reclamar dificultades y problemáticas del tema educativo.

De acuerdo a las apreciaciones del docente existe una buena relación con los padres de familia y no así con el director, debido a que no realiza visitas a la unidad educativa.

#### **▪ Alumnos y profesores**

La unidad educativa de la comunidad indígena de Torehua es atendida por un profesor universitario; al no contar con ítem; los padres de familia deben de pagar por los servicios que realiza. En cuanto a los alumnos inscritos en la pasada gestión (2007), alcanzaron a 11 (5 hombres y 6 mujeres); distribuidos desde primero a séptimo de primaria. La deserción del pasado año (2007) alcanzó un 27% (3 hombres y 1 mujer). Este índice es bastante alarmante y se debe sobre todo al factor económico y la falta de motivación de los padres de familia para que sus hijos continúen estudiando.

▪ **Escolaridad de la población**

De acuerdo a el censo poblacional realizado por la GTI CIPLA, del total de la población (47), 1 persona (hombre) no sabe leer ni escribir; 12 personas (6 hombres y 6 mujeres) son menores de 6 años y, si saben leer y escribir 34 personas (18 hombres y 16 mujeres).

En cuanto al grado de escolaridad por sexo; de acuerdo a los datos se destaca lo siguiente: El número de población es relativamente igual entre hombres y mujeres (25 y 22 respectivamente). Existe mayor cantidad de mujeres que cursaron de 1ro a 6mo grado; cambiando este aspecto en los otros grados; siendo mayor el grado escolar de hombres en comparación a las mujeres.

**5.5.9. Componentes de servicios básicos**

De gran importancia para el turismo, con el análisis de este aspecto se conocerá las condiciones de vida de la población anfitriona, en este caso Rurrenabaque es un centro poblado que cuenta con todos los servicios básicos.

**a) Agua potable**

“En Torehua el acceso al agua potable no existe, solo se bebe de arroyos que desemboca al Rio Beni, la única fuente de agua es a través del río Beni y los diferentes afluentes (arroyos), al que acuden todas las familias de la comunidad.

**b) Uso y acceso a letrinas y deposición de excretas**

Solo una familia cuenta con un pozo séptico, el resto recurre a lugares del monte para depositar su basura y las excretas.

**c) Energía eléctrica y combustible.**

Al no contar con servicio de energía eléctrica, las principales fuentes de iluminación se constituyen el mechero, que utilizan el 44% de las familias; la vela por un 22% de las



familias, luego un 22% de las familias utiliza mechero; y solo 1 familia utiliza como fuente el panel solar”<sup>41</sup>.

### 5.5.10. Componente indicadores económicos de la región

#### a) Recursos naturales renovables

El uso de los recursos naturales renovables en la comunidad proviene de las plantas y animales silvestres, dentro de las plantas se cuenta con recursos forestales maderables y forestales no maderables:

- **Forestal no maderable**

Se han identificado un total 21 especies de árboles, arbustos, palmeras y hierbas para el uso interno, de las cuales 9 son para la vivienda, 7 son utilizados para artesanía, 6 para la alimentación, 5 especies utilizan para la cocción de alimentos y una especie para combatir diferentes enfermedades.

#### Uso interno de plantas no maderables

Nombre común	Vivienda	Artesanía	Alimento	Leña	Medicina	Otros
Achachairú			x			
Ajipa				x		
Ambaibo				x		
Cachichira				x		
Camururo			x			
Chima			x			
Chonta	x	X				
Chuchio o charo	x	X				
Copa	x					
Gabetillo				x		
Incienso						x
Jatata	x					
Jipi Japa	x	X				
Majo			x		x	

<sup>41</sup> Diagnostico Comunidad de Torehua. Pág. 7.

Marfil	x	X				
Motacú	x	X				
Pacay				x		
Pachua	x					
Palma real		X	x			
Palmito			x			
Tacuara	x	X				
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

Fuente: Trabajo de campo GTI – CIPLA, 2008

▪ **Forestal maderable**

En la comunidad se tiene un gran potencial maderable, sin embargo la comunidad al ser parte del Parque Nacional Madidi, no aprovecha este recurso y solo utiliza para la construcción de viviendas, cuando se lo requiere.

**b) Minería**

Este recurso se encuentra en los bordes de los ríos, especialmente el río Beni, pero las familias no aprovechan este recurso porque se dedican a actividades de agrícolas y al turismo.

**c) Producción**

La producción de la comunidad de Torehua está representada por la práctica de la agricultura y la pecuaria, las que son el sostén de la economía familiar. Las actividades agrícolas y pecuarias están muy relacionadas entre si, especialmente la pecuaria en cierto modo depende de la actividad agrícola, ya que el aprovechamiento de productos como el maíz, arroz y otros es determinante para la cría de gallinas y chanchos.

**d) Agricultura**

El sistema de producción de la comunidad de Torehua, es un conjunto de actividades que se complementan entre si y que dependen de las condiciones meteorológicas para su desarrollo.

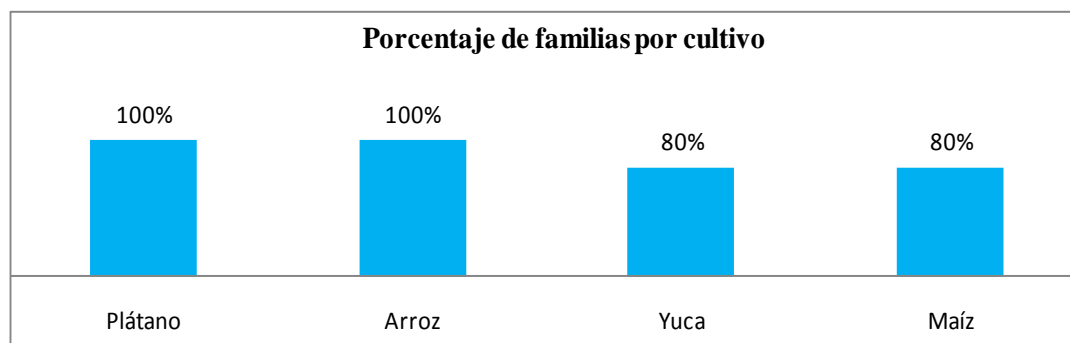
La producción agrícola es el sostén de la economía comunal, en la actualidad la producción de alimentos tanto agrícola como pecuaria se destina principalmente para autoconsumo.

▪ **Principales cultivos de la comunidad**

Las especies vegetales que se cultivan en la comunidad superan las 10, pero las de mayor importancia tomando como referencia el número o porcentaje de familias que se dedican a su cultivo, donde la principal es el cultivo de la yuca, plátano, maíz, arroz, frijol, maní, papaya, waluza, piña y guineo.

En el siguiente gráfico se puede observar el porcentaje de familias que se dedican a la agricultura.

**Porcentaje de familias dedicadas a la agricultura por cultivo**



Fuente: Censo GTI-CIPLA, 2008

En general en la comunidad el promedio de superficie cultivada por familia asciende a 2,1 has y en total la superficie cultivada en la comunidad es de 10,5 has. En este espacio se distribuyen sus principales cultivos.

A continuación se detallan las más importantes desde el punto de vista de la cantidad de familias que se dedican al cultivo:

**Plátano,** En la comunidad en el 100% de las familias se dedican a este cultivo, el área cultivada asciende a 2,5 has, distribuidas en el total de familias de la comunidad, la superficie por familia oscila entre las 0,4 a 0,6 has, con un área promedio de 0,5 has.

**Arroz,** En la comunidad en el 100% de las familias se dedican a este cultivo, el área cultivada asciende a 3 has, distribuidas en 4 de las 5 familias, la superficie por familia oscila entre las 0,3 a 0,5 has, con un área promedio de 0,4 ha.

**Yuca,** En la comunidad el 80% de las familias se dedican a este cultivo, el área cultivada asciende a 2,5 has, distribuidas en las 9 familias, la superficie por familia oscila entre las 0,4 a 0,6 ha, con un área promedio de 0,5 has.

Los rendimientos del cultivo, es decir la producción por hectárea es de 2500 @, el mismo que oscila entre 2000 a 3000 @/ha.

**Maíz,** El cultivo del maíz es realizado por el 80% de las familias de la comunidad. El área cultivada con maíz en la comunidad, asciende a 2 has, distribuidas en 4 de las 5 familias, la superficie por familia oscila entre las 0,3 a 0,5 has, con un área promedio de 0,4 has.

**Otros,** En la comunidad también existen otros cultivos, en un área no mayor a los 500 m<sup>2</sup>, se cultivan especies como frijol, maní, papaya, waluza, piña, guineo, sandia y zapallo

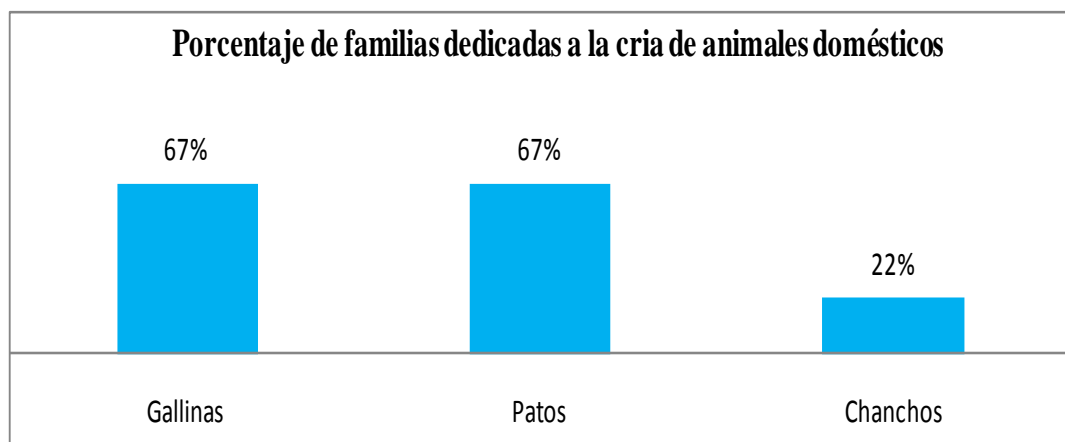
#### e) **Pecuaria**

La cría de animales es una actividad importante, porque genera las proteínas de origen animal para la alimentación de las personas, además está relacionado con las actividades agrícolas, con las que se complementa.

▪ **Principales animales que crían en la comunidad**

Entre las principales especies domésticas, en función de la cantidad de familias dedicadas a la pecuaria, tenemos las gallinas, chanchos y patos. En la siguiente figura se ilustra esta situación.

**Porcentaje de familias dedicadas a la cría de animales domésticos**



Fuente: Censo GTI-CIPLA, 2008

**Gallinas**, la cría de estas aves tiene una marcada importancia, ya que las familias dedicadas son el 67%, la cantidad de animales por familia oscila entre a 8 a 16, con una cantidad promedio de 12 gallinas por familia y la cantidad de animales por comunidad asciende a 60.

La base para la alimentación de las aves de corral es el maíz y la cría se realiza generalmente a campo abierto; con el objetivo de que los animales tengan la posibilidad de complementar su alimentación.

Las gallinas son aprovechadas en mayor cantidad en relación a los demás animales, tanto para consumo interno y también para la comercialización a nivel interno.

**Patos**, la cría de estas aves tiene una marcada importancia, al igual que las gallinas, un 67% de las familias se dedican a la cría de patos 8 a 16, con una cantidad promedio similar a la de gallinas y la cantidad total en la comunidad asciende a 60.

**Chanchos**, el promedio las familias en la comunidad que se dedican a la cría de chanchos es de 22%, equivalente a 2 familias, con un promedio de 5 animales, observándose que las familias tienen entre 2 a 8; en la comunidad se cuenta con una población de 9 chanchos.

#### **5.5.11. Componente servicios turísticos – destino Madidi**

Para que un lugar funcione como centro turístico, aparte de los recursos turísticos, debe existir un mínimo de servicios que apoyen al desarrollo de la actividad.

##### **a) Planta turística instalada**

Prácticamente, la planta turística utilizada por los turistas será la población de Rurrenabaque, población que concentra una amplia gama de servicios gastronómicos y de hospedaje, así como la mayor parte de las operadoras de turismo. Rurrenabaque cumple un rol de Centro Turístico de Estadía y de Distribución de Turistas tanto a Selva como a Pampas.

Al ser San Buenaventura, solo es un punto de registro del ingreso de visitantes, para fines estadísticos y de control, el PN ANMI Madidi cuenta con una base modesta pero suficiente para la recepción de visitantes nacionales, necesitando desarrollar las capacidades para la prestación de servicios a turistas extranjeros.

##### **b) Hospedaje en Rurrenabaque**

La oferta de hospedaje en Rurrenabaque incluye cerca de 800 plazas que se distribuyen entre 22 establecimientos. Estos centros de hospedaje tienen una oferta de precios desde los 30 a 100 Bs. la noche; la calidad de los mismos está de acuerdo a los precios.

En la localidad de San Buenaventura, hasta hace algunos años funcionaban dos de las mejores infraestructuras de hospedaje de la región, el Hotel Jatatal que actualmente está en proceso de ampliación y refacción ubicado muy cerca la puerto de San Buenaventura y el Hotel Jat'a Uba Jungle Lodge, que fue confiscado por el Gobierno Departamental de La Paz y está fuera de funcionamiento.

### **c) Servicios de alimentación**

En Rurrenabaque existen unas 16 empresas de gastronomía distribuidas en las tipologías usuales: restaurantes de comida internacional, nacional y local, así como cafés, bares, y demás servicios recreativos, automotores y financieros están concentrados en las principales poblaciones del destino, especialmente en Rurrenabaque.

### **d) Operadores de turismo**

Por ser Rurrenabaque el centro poblado más importante en cuanto al turismo y se convertirá en el centro de distribución de turistas a la comunidad de Torehua mediante las operadoras que ofertan selva.

Actualmente, en el área del río Tuichi cuenta con 11 operadoras que trabajan con turismo, ofertando la selva como imagen, con una diversidad de actividades turísticas diferenciándose muy poco una oferta de otra. Adicional se cuenta con la operadora Escorpión ubicado a orillas del río Hondo desembocando al Beni. Del mismo modo sobre el camino a San José de Uchupiamonas cerca de Tumupasa opera la empresa Sadiri con lo que se tiene un total de 13 operadoras que mueven el flujo turístico en el PN-ANMI Madidi.

La duración de los tours realizados en el área protegida Parque Madidi varían en su duración entre 1 a 15 días de acuerdo con los intereses disponibilidad de los visitantes, en rangos de precios.

**Operadoras que trabajan en el PN-ANMI Madidi**

Nº	Nombre de la operadora	Tipo de paquete
1	Mashaquipe	Base comunitaria
2	Bala Tours	Clásico
3	Inca Land	Aventura
4	Max Adventures	Aventura Treking
5	San Miguel del Bala	Comunitario
6	Fluvial	aventura
7	Madidi Jungle	Base comunitaria
8	Camping Madidi	Aventura
9	Corazón del Madidi	Aventura
10	Chalalan	Comunitario
11	Berraco del Madidi	Selectivo
12	Escorpión	Aventura
13	Sadiri	Observación de aves

Fuente: PN ANMI Madidi

En el siguiente cuadro se presentan las características globales de los paquetes ofertados por las agencias de viaje:

**Actividades ofertadas por operadoras privadas en selva acceso San Buenaventura  
PN-ANMI Madidi**

DURACIÓN	ACTIVIDADES
1 día	Paseo por río Beni, visita a Caquiahua, Interpretación de Biodiversidad de la Selva
2 días	Paseo por río Beni, visita a Caquiahua, Interpretación de Biodiversidad de la Selva, Interpretación de plantas medicinales
3 - 4 días	Navegación por ríos, Observación de vida silvestre, Interpretación de plantas medicinales, Paseos nocturnos, Convivencia comunal con mosetenes o tacanas

Fuente: Elaboración Propia en Diagnóstico de Campo



## 5.6. Síntesis del potencial turístico en la comunidad de Torehua

La comunidad tiene atractivos turísticos que están basados en la gran biodiversidad de flora y fauna que posee en sus alrededores y se encuentra bien conservado. La comunidad misma es un atractivo turístico importante, pero que a la fecha no se le está dando su real valor y aprovechamiento turístico, ya que la comunidad se convierte en el escenario donde las familias conviven en relación armónica con la naturaleza, aun se puede apreciar la esencia indígena que guarda Torehua.

Rara vez la comunidad recibe visitantes en sus propios domicilios y brinda sus servicios con las mínimas condiciones. Para tener un mayor trato a los visitantes hace mucha falta la instalación de infraestructuras, equipamiento y otros servicios que son mínimos.

### 5.6.1. Registro de atractivos turísticos

Para definir el registro del potencial turístico de la comunidad y recorrido por el área que los comunarios están dispuestos a realizar turismo, los principales atractivos identificados, se citan a continuación (ver anexo 2).

Nº	Categoría	Cantidad	Atractivo
1	Sitios naturales	1	Piedras pizarras
		2	Caída de agua
		3	Piscina natural
		4	Cruz del Cerro Beo
		5	Aguas termales
		6	Cueva del Marimono
		7	Cueva de los Guacharos
		8	Salitral Torewita
		9	Salitral de Chancho
2	Patrimonio urbano y artístico	1	Petroglifos del Beo
3	Etnografía y folklore	1	Fiesta patronal San José

Elaboración Propia 2017

### 5.6.2. Servicios turísticos secundarios

Todos estos servicios se los encuentra en Rurrenabaque, por ser esta población ya un sitio maduro en cuanto al flujo y recepción de turistas.

No ocurre lo mismo dentro de centro poblado de San Buenaventura se tiene deficiencia, ya que no se cuenta con casas de cambio de monedas. Los servicios mecánicos que brindan servicios de auxilio. En cuanto a renta de equipos, lavandería, centro de información turística.

### 5.6.3. Análisis de la demanda turística

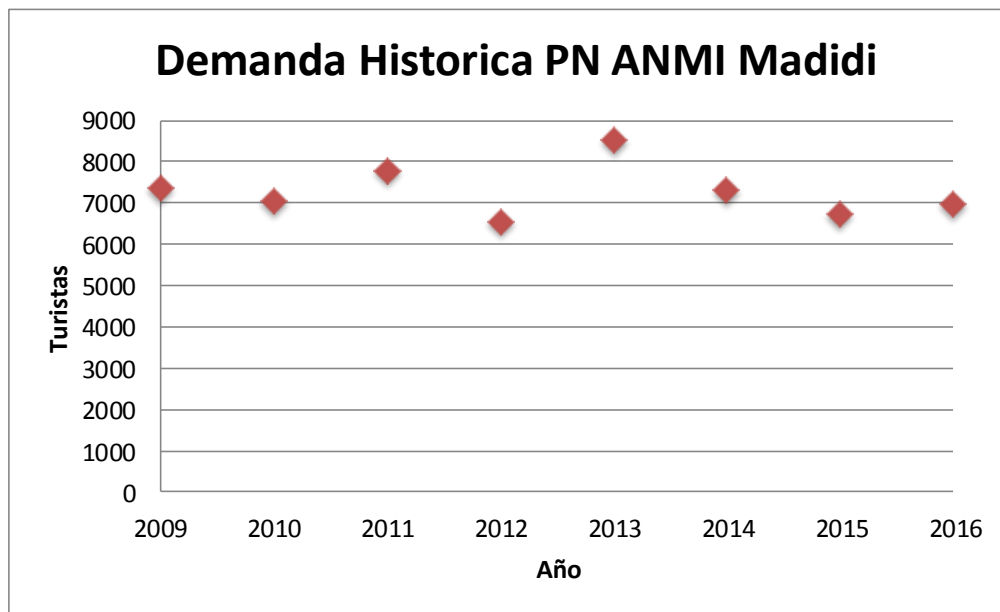
Se considera para el análisis de la demanda del proyecto los registros del Destino Turístico Madidi generados a partir de las estadísticas del Sistema de Cobro por concepto de Turismo del Madidi (SISCO), al considerarse Torehua como complemento de la oferta del destino.

**Demanda histórica del PN-ANMI Madidi**

AÑO	Nº TURISTAS
2009	7343
2010	7067
2011	7775
2012	6551
2013	8518
2014	7336
2015	6727
2016	6957

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos SISCO PN-ANMI Madidi 2016

A manera de realizar una mejor ilustración del comportamiento del flujo turístico hacia la selva como destino turístico, es necesario graficar la tendencia de la demanda en el Madidi.

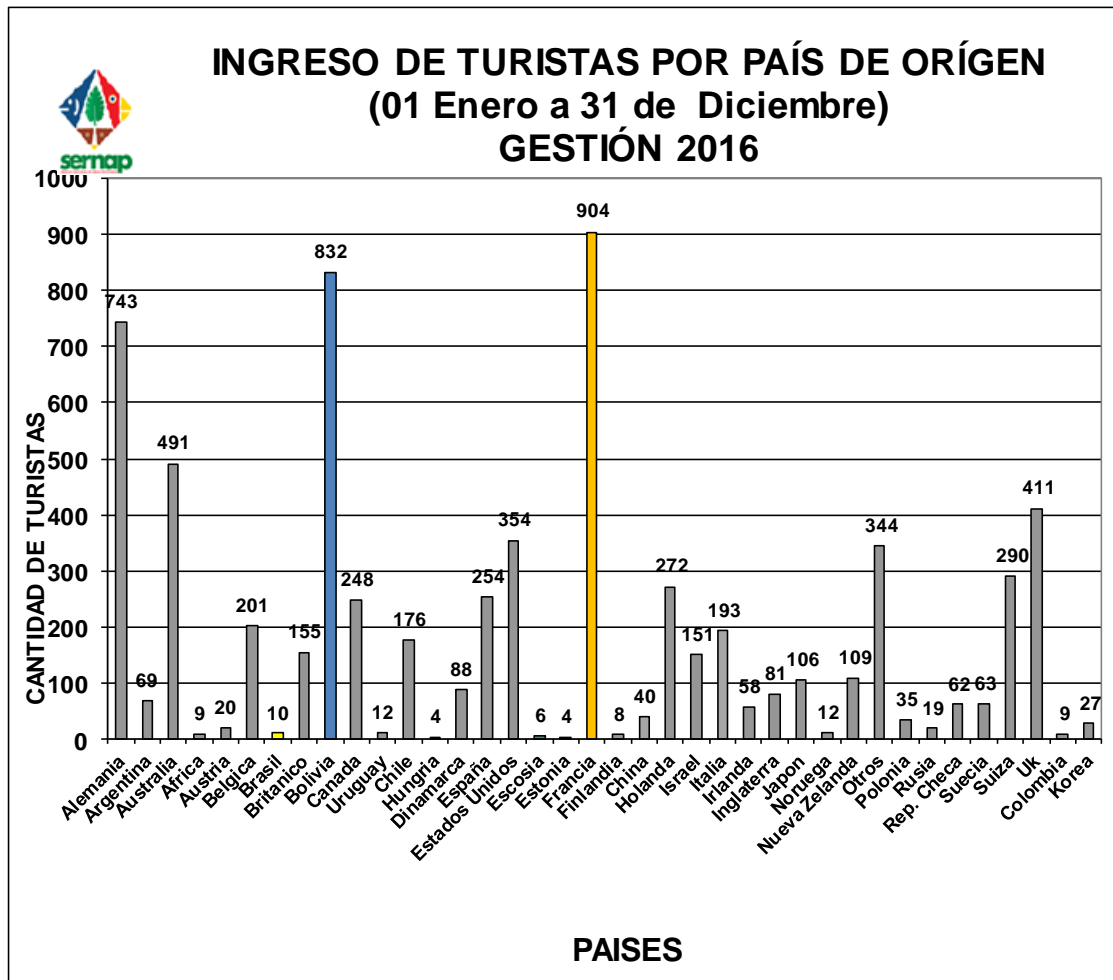


Fuente: Elaboración propia en base a datos SISCO PN-ANMI Madidi 2016

Los datos muestran la cantidad de turistas que ingresan al Madidi a la selva. El flujo turístico muestra una baja en los últimos años, es rescatable la cantidad de turistas que se tuvo en el año 2013, se observa que el 2012 al 2015 como su peor etapas. Pero si se ve el comportamiento del flujo turístico en los últimos 7 años, se podría decir, que el Madidi tuvo siempre en comportamiento cíclico en cuanto a la recepción de turistas, en este entendido se espera que esta caída sea momentánea y se recupere en los próximos años.

#### a) Procedencia o nacionalidad

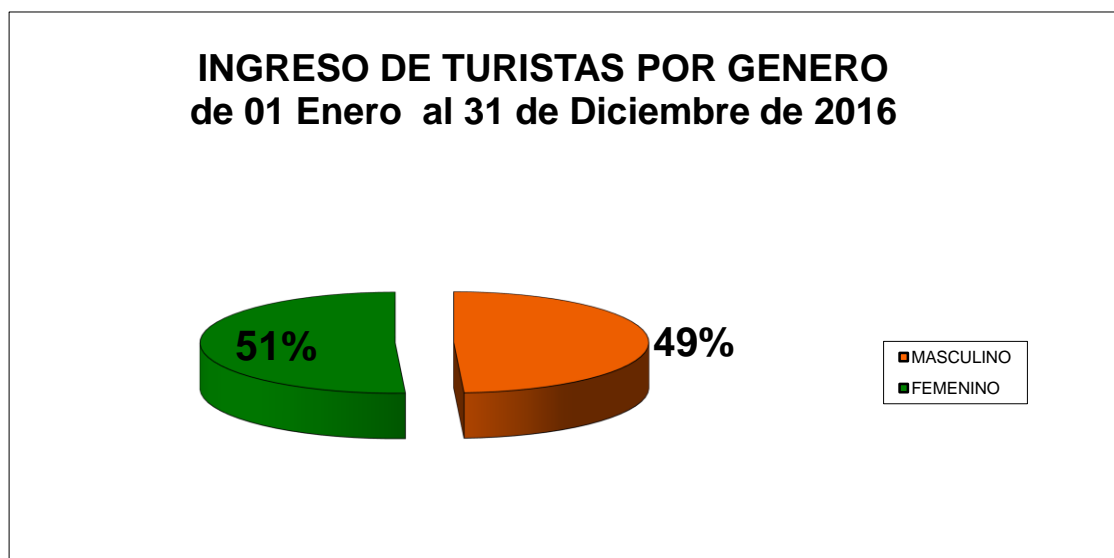
La nacionalidad de los visitantes, es también parte del registro de datos del informe del flujo de turistas, tal como se observa en el siguiente cuadro, donde se muestra a los países emisores de turistas a Rurrenabaque y específicamente al PN Madidi, información determinante en cuanto a la tendencia turística del área, a través de ella se pudo tener los insumos necesarios para elaborar una propuesta a medida de la demanda.



El gráfico muestra el flujo de turistas al PN ANMI Madidi, demanda que está marcado por los franceses, turistas nacionales, alemanes, australianos, ucranianos, estadounidenses y por debajo de estos se tiene al mercado israelita, suizo, y otros de menor cantidad pero que no deja de ser importante.

**b) Género**

Se identificó al género predominantes de turistas en la zona, lo que se pudo determinar el siguiente porcentaje en el cuadro siguiente



Fuente: SISCO PN-ANMI Madidi

Según el SISCO el porcentaje de turistas referido al género es casi similar, teniendo una pequeña ventaja, las mujeres con relación a los hombres.

### c) Motivación y actividades turísticas

El turismo receptor corresponde a una categoría de turismo internacional que incluye a los viajeros no residentes que visitan el país por diferentes motivos (vacaciones, visita a familiares o amigos, etc.), por lo que efectúan gastos y sus permanencia está comprendido entre 1 a 120 días. Según los motivos de viajes de los turistas extranjeros, en materia de consumo y gasto son: los viajes realizados por las vacaciones pagadas con las que cuentan en los países emisores.

#### Motivación y Actividades Turísticas

MOTIVO DE VIAJE	PARTICIPACION %
Vacaciones	57
Visita a familiares y amigos	16
Trabajos eventuales	10
Negocios	5
Congresos o seminarios	3
Religión, peregrinación	2
Estudios	1

Voluntariado	2
Investigación y desarrollo	0,8
Deportes	0,8
Salud	0,4
Cooperación/asistencia humanitaria	0,4
Asistencia a ferias	0,3
Otros	1
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Fuente: Implementación del Circuito Turístico Maije – Arana – Tuichi”. Proyecto de Grado 2017

#### d) Motivación de los turistas a visitar el Madidi

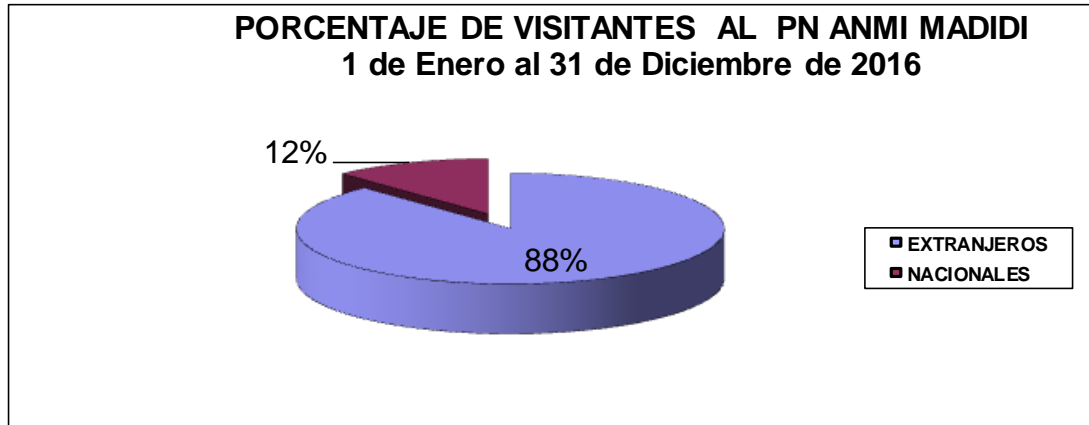
Según los datos recolectados en el PN-ANMI Madidi la preferencia de las actividades turísticas identificadas en orden de importancia son las que se señalan a continuación.



Fuente: sisco PN-ANMI Madidi 2016

Según la información que se presenta en el cuadro, claramente se puede apreciar que lo que más motiva al turista 40% a viajar al destino Madidi es la observación de la biodiversidad, seguido por 23% aquellos turistas que buscan apreciar la cultura, un 14% que busca participar (convivir) con las familias de la comunidades que involucra el destino, también existe 12% segmento minoritario que está motivado por actividades como es el Canopy de Villa Alcira, por ultimo existe un pequeño segmento 4% de turistas que llegan por realizar trekingi.

**Turistas extranjeros y nacionales que visitan el destino Selva**

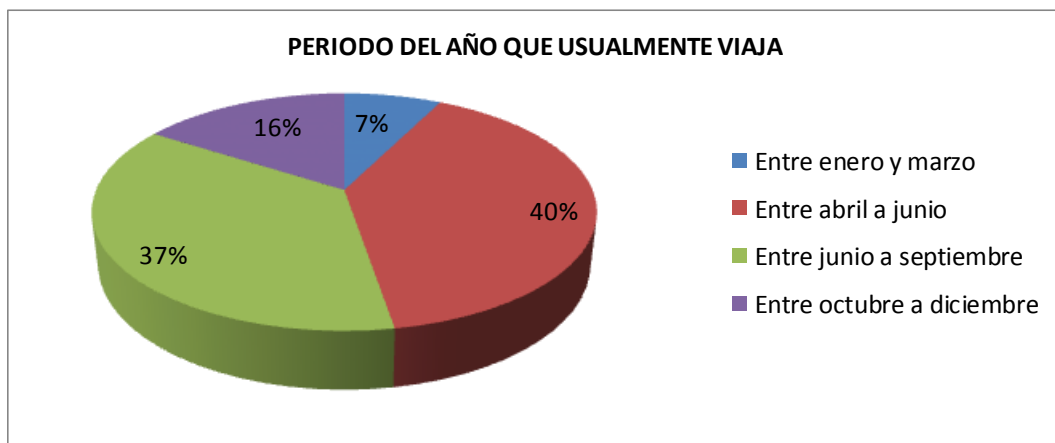


Fuente: sisco PN-ANMI Madidi 2016

Este cuadro muestra que de cada 100 turistas que llegan al Madidi 88 son extranjeros y solo 12 son nacionales. Este dato aunque demuestra una enorme brecha de nacionales con respecto a los extranjeros, es positivo pues el boliviano en estos últimos años está motivado en conocer la biodiversidad del Madidi, tal cual se refleja en estadísticas.

**e) Periodo del año en que usualmente viaja el turista al Madidi**

Las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros en cuanto al periodo del año en que realizan turismo, se tiene la siguiente tabla:

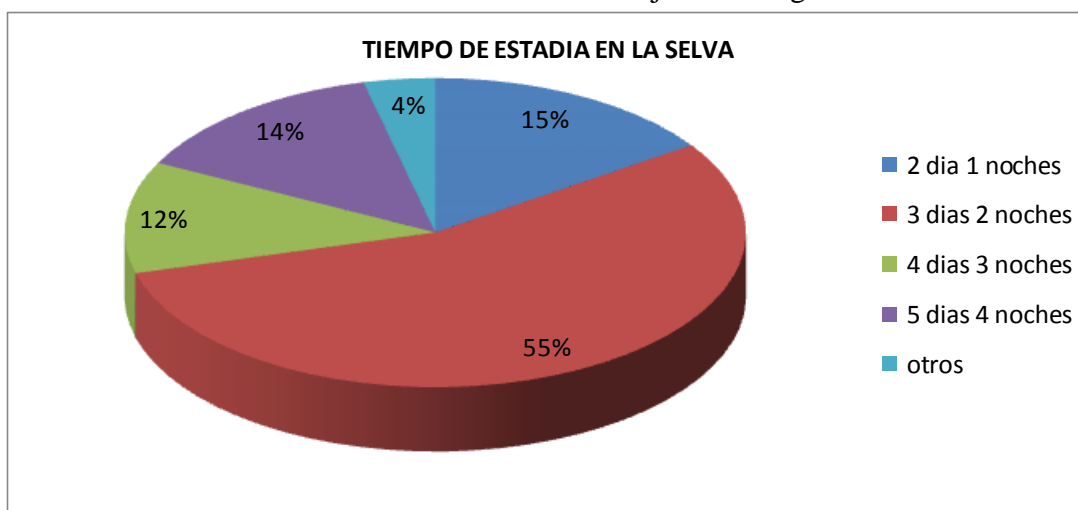


Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas

Como se puede apreciar, el mayor porcentaje de turistas que viajan al Madidi lo hacen en entre los meses de abril a junio, y otro importante porcentaje llega entre junio a septiembre, teniendo una considerable reducción entre los meses de octubre a diciembre, terminando con un flujo más crítico entre los meses de enero a marzo.

#### f) Tiempo de estadía en la selva

Los resultados de las encuestas realizadas a turistas, a preguntarle el tiempo que ellos realizan turismo en la selva. Estos resultados se reflejan en el siguiente cuadro:



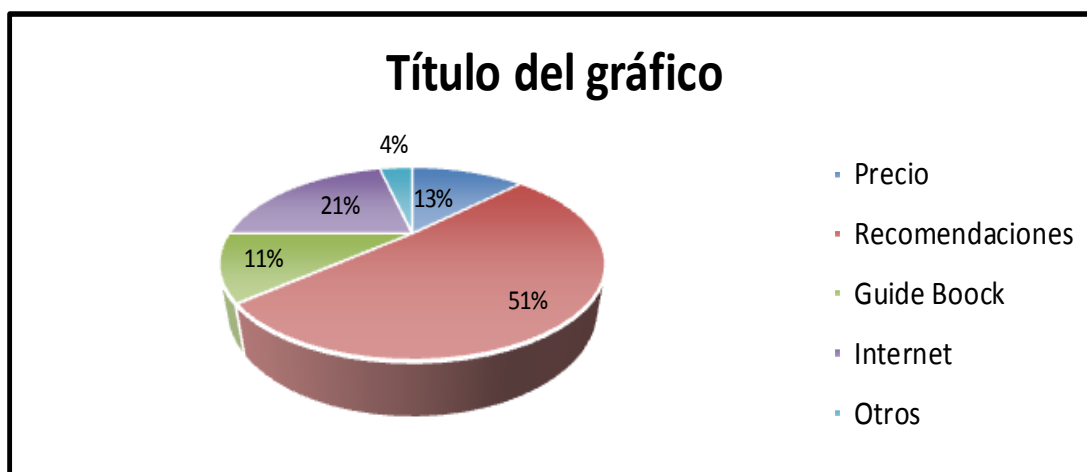
Según las encuestas, un 55% de los turistas que llegan a Rurrenabaque buscan paquetes turísticos que duren 3 días 2 noches, seguida de un 15% de turistas que se quedan en la selva 2 días y una noche, muy cerca con un 14% buscan paquetes que incluyan 5 días y 4 noches, un 12% se quedan 4 días 3 noches y tan solo un 4% se quedan más días en la selva realizando turismo.

#### g) Elementos que incidieron en viajar al Madidi

Estos elementos de incidencia para que el turista decida el viaje al Madidi, convierten en indicadores para definir estrategia de Marketing.



### Elementos que incidieron en el viaje al Madidi



Los elementos que incidieron en la decisión del turista a viajar al Madidi; con 51% se deciden por recomendaciones de amigos y parientes que visitaron el Madidi en anterior oportunidad, el 21% son influenciado por el internet un 13% se decide por precio, un 11% es influenciado por la Guía de bolsillo y el 4% por otros aspecto.

#### 5.7. Análisis, interpretación y conclusión de las encuestas.

Como resultado del análisis de las encuestas, se determinó que la demanda más atractiva para la puesta en el mercado de franceses, bolivianos, alemanes, ucranianos y americanos, sin olvidar a israelitas, australianos, ingleses, entre otros.

Es importante resaltar la presencia de turistas nacionales y que tiende a crecer, quienes están en busca de conocer más su propio país y culturas. Pero la presencia de turistas europeos en su mayoría representa mayores ventajas económicas para el destino, especial interés para el turismo comunitario, que de acuerdo a la demanda se necesitan una simbiosis de cultura y naturaleza.

- Los paquetes más vendidos incluyen 2 a 3 o 4 días en campo, situación que se tomó en cuenta al momento de estructurar la propuesta.

- La mayoría de turistas (nacionales y extranjeros) que llegan a Rurrenabaque lo hacen motivado por la apreciación de flora, fauna y convivencia con comunidades indígenas, quieren llevarse la experiencia de navegar por el Río Beni, compartir con los comunarios y caminatas por la selva.
- Las encuestas señalan que el segmento de la demanda que llega al Destino Madidi es un turista joven estudiante y otro porcentaje profesional que busca actividades de aventura que le permitan desesterarse y que tengan un cierto nivel de riesgo para ellos pues generalmente viajan en grupo de amigos y familiares.

## **5.8. Perfil del turista**

Una vez concluido el análisis de la demanda, es posible definir las características del futuro turista que llegara a disfrutar de esta propuesta. Para ellos se basó en el análisis de las encuestas e información del PN ANMI Madidi.

### **5.8.1. Perfil del turista extranjero**

Joven entre 16 a 35 años, soltero, estudiante, busca recreación, aventura, naturaleza y cultura. Viaja entre los meses de abril a septiembre solo y en grupo es consiente y valora el cuidado al medio ambiente, tiene un gasto promedio de USD 228 por 4 días de estadía en el destino.

### **5.8.2. Perfil del turista nacional**

Joven entre 19 a 38 años, soltero estudiante y casado, busca recreación, aventura, naturaleza y cultura. Viaja en grupo de amigos y familia entre los meses de diciembre marzo, julio y agosto, valora el cuidado al medio ambiente, tiene un gasto promedio de USD 85 por 4 días de estadía en el destino.

## **5.9. Aspectos sociales institucionales y económicos**

Estos aspectos es muy difícil de conseguir respecto a la comunidad de Torehua, esto precisamente porque no se cuenta con estudios que revelen esta información. Por ser Torehua una comunidad olvidada por el Estado en todas sus niveles y mucho más por la lejanía de su capital municipal Apolo, esto hace que ellos social y comercialmente estén relacionado mucho más con los municipios de Rurrenabaque y San Buenaventura.

Por estos motivos se recurre como única fuente de información al Plan de Desarrollo Municipal de Apolo, documento que da una información general y no así específica por comunidad.

### **5.9.14. Migración**

De manera general, se puede decir que en el municipio de Apolo el fenómeno migratorio es moderado. En este contexto, se muestran los siguientes matices.

Casi la totalidad de la población - 99% - nació en el municipio de Apolo y solamente un 1% nació en otro lugar del país. De la población nacida en otro lugar del país, la mayor parte procede de Beni (30%), Cochabamba (15%) y Santa Cruz (10%).

El 96.4% de la población apoleña reside habitualmente en el municipio de Apolo, un 3.4% reside en otro lugar del país y solamente el 0.2% reside en el exterior.

Existe migración definitiva y temporal. La emigración definitiva, asociada a la búsqueda de mejores condiciones de vida, estudios, empleo e ingresos está dirigida principalmente a la ciudad de La Paz. Mientras tanto, la migración temporal por razones de empleo, ingresos y estudios se direcciona hacia la ciudad de La Paz, el interior del departamento y país.

### **5.9.15. Indicadores económicos en la región**

En la actualidad, en el parque Madidi se produce café orgánico, cacao, miel, leche de frutas de palmera, mates orgánicos y artesanías.

El turismo es una de las actividades que mayor movimiento económico genera en la zona de San Buenaventura y Rurrenabaque, contribuyendo a la economía local y regional con 2 millones de dólares año, monto que se espera se multiplique 5 o 10 veces en el futuro. En los núcleos urbanos de Rurrenabaque (cerca de 16.000 habitantes) y San Buenaventura, (8.711 habitantes) donde se concentra la mayor cantidad de la población, los empleos están vinculados con los servicios y la administración pública. En Rurrenabaque la hotelería, gastronomía y transporte acoge a un significativo número de pobladores y en torno a ellos giran los proveedores de alimentos e insumos.

Las comunidades ribereñas al Rio Beni (San Miguel del Bala, Villa Alcira, Torehua y otras en las que la población va de las 20 a 100 familias) tienen básicamente una actividad de subsistencia en base a la agricultura de subsistencia, por ello la expectativa por encontrar algún empleo vinculado con el turismo es absolutamente justificada.

El PN Madidi, también genera empleo e ingresos. Los empleos generados por Madidi en conservación e investigación y por actividades turísticas relacionadas con el área protegida oscilan entre niveles bajos y niveles relativamente altos de ingresos y destrezas, que van desde los guarda parques y empleados de hoteles hasta administradores de hoteles y administradores del área protegida. Dichas actividades generan una fuente confiable de empleos de calidad en una región que ha sufrido diferentes ciclos económicos y altos índices de pobreza.

### **5.10. Gestión ambiental**

Actualmente se nota el incremento de actividades ilegales que afectan la calidad de los recursos naturales y culturales de interés turístico (caza, pesca, colonización, explotación forestal y minera), son amenazas latentes a los valores naturales y culturales del Área

Protegida, son actividades extractivas, que tendrían repercusiones negativas en el desarrollo turístico.

### **5.10.1. Represa Bala y Chepete**

Como antecedente, se conoce que esta idea pertenece al Proyecto Hidroeléctrico Angosto del Bala, de los años 50, luego en 1999 el gobierno de Banzer contrató – a través de la entonces Prefectura de La Paz al Doctor Greg Morris, quien presentó una alternativa que contemplaba la construcción de dos represas: una de 70 metros de altura (El Bala) y otra de 90 (serranía de Chepete), 40 kilómetros río arriba de la anterior. Esa opción reducía una tercera parte de la inundación (80.000 hectáreas) aunque generaría menos energía, 1.800 MW.

Actualmente, este proyecto es impulsado por el Presidente Evo Morales, la Empresa Nacional de Electricidad (ENDE), y la empresa italiana Geodata Engineering Spa, firmaron el contrato para iniciar el estudio de identificación del proyecto hidroeléctric o que comprende una serie de estudios socio ambientales y técnicos, además de la propuesta de dos alternativas: la construcción de una megarepresa en el Angosto del Bala y otra el Chepete, este proyecto tiene gran importancia para el actual gobierno, sobre todo para cumplir su meta de generar alrededor de 13.000 megavatios (MW) de energía eléctrica hasta el año 2025, 10.000 de los cuales serán para la exportación y tendrá un costo de 22 millones de dólares.

El 14 de julio de 2007, se promulga el Decreto Supremo N° 29191, en su Artículo 1°, declara de interés y prioridad nacional el aprovechamiento de la cuenca del río Beni y definir los mecanismos a través de los cuales se realizarán los estudios que se requieran hasta el diseño final, para impulsar el proyecto hidroeléctrico El Bala.

El actual estudio encomendado a Geodata, la megarepresa tendría una altura de unos 150 metros y formaría un reservorio de agua que inundaría más de 200.000 hectáreas (2.000 kilómetros cuadrados) en los valles de los ríos Beni, Tuichi y Quiquibey quedarían bajo

el agua, tras los tres años que se estima tarda en llenarse un dique de esa magnitud, además, que la inundación será mayor si se suman eventos de lluvias extremas, que pueden darse bajo fenómenos El Niño/La Niña (como en 2007-2008) o por otras anomalías climáticas el 2013-2014, afectando hasta la región de Alto Beni, por más de 150 Km del curso fluvial. Incluso llegaría a las zonas de Muchanes, Inicua, Sararia o Santa Ana de Mosetenes.

La construcción del Bala supondría inundar 1.200 kilómetros cuadrados a 16 kilómetros aguas arriba de las poblaciones de San Buenaventura (en La Paz) y Rurrenabaque (en Beni). Se afectaría aproximadamente a 1.200 personas que viven en esas poblaciones, a unas 2 mil que habitan en los alrededores y a 700 que viven en Pílon Lajas, la inundación prevista alcanzará a las dos áreas protegidas donde también habitan comunidades interculturales (migrantes de tierras altas, principalmente quechuas). “Esto significaría la expulsión de más de 200 familias indígenas y campesinas de sus bosques y tierras tradicionales, las cuales quedarían bajo el agua”.

#### **a) Efectos en el turismo de las represas del Bala y Chepete**

En la actualidad son más de 15 eco albergues los que se han desarrollado en el eje Madidi, alguno gestionadas desde las propias comunidades indígenas (Chalalan, San Miguel del Bala), la inundación afectaría directamente a 4 emprendimientos comunitarios; Chalalán de los Uchupiamonas, San Miguel del Bala de los Tacanas, al igual que El Zip Line Villa Alcira de la comunidad de Villa Alcira, y otro que manejan los chimanes y mosetenes de Asunción del Quiquibey y los otros emprendimientos entre base comunitaria y familiar.

El embalse a su vez trunca las posibilidades de nuevos emprendimientos ecoturísticos por parte de estos pueblos, ya que, además de generar gases de efecto invernadero, el agua estancada por el dique generará la proliferación de mosquitos transmisores de enfermedades, como el dengue, la malaria, el zika y la chikungunya. "Las zonas de

Rurrenabaque y San Buenaventura van a ser inundadas de mosquitos, lo que seguramente va a tener un papel negativo en el capital turístico de la región.

Al respecto se recoge algunos párrafos en las Redes Sociales, que corresponde a jóvenes dirigentes indígenas, que por su puesto están en desacuerdo con la Represa, mostrando su opinión al respecto; Hernán Nay, Dirigente de la Comunidad de San Miguel del Bala *“No entendemos el razonamiento del gobierno, nuestros padres dejaron la caza indiscriminada, la extracción de la madera y el negocio de las pieles (de jaguares, principalmente) para dedicarse al turismo y ahora vienen los funcionarios del gobierno y nos dicen que eso ya no sirve, que ahora debemos buscar otros oficios”*.

Alex Villca Limaco, Emprendedor de San José de Uchupiamonas *“Pareciera que Evo, (refiere de esta manera al Presidente Evo Morales), estuviera interesado en demostrar que el turismo ha muerto en nuestros municipios para justificar el gasto de los bolivianos en estas megaobras; por eso es que las autoridades del gobierno andan diciendo en nuestras comunidades que las dos represas generarán 70.000 nuevos puestos de trabajo, sin tomar en cuenta que el ecoturismo para nuestros pueblos es una herramienta de lucha contra la pobreza y defensa de nuestro territorio, por eso es que estamos en pie de lucha”*.

Domingo Ocampo, dirigente. Para este líder indígena *“el gobierno ha incumplido con el mandato constitucional que exige la consulta previa e informada a los pueblos indígenas y campesinos antes del inicio de cualquier obra que ponga en peligro o vulnere sus modos de vida consuetudinarios”*.

Como se ve, la molestia es evidente. El turismo es la actividad que generan más ingresos de manera permanente para las poblaciones de Rurrenabaque, y se diversifica en las poblaciones vecinas y sus comunidades.

Al respecto, los comunarios de Torehua también tiene su punto de vista; la Sra Delia Sossa *“Mucha inconciencia de su parte, con la propuesta de esa construcción, será*

*destrucción de gran parte de nuestra comunidad y parte del Parque Madidi, con la construcción de la represa, quedaría el río trancado, dificultando el paso de los botes para recorrer gran parte del Parque Madidi donde es la gran atracción del turista por su biodiversidad. Mi opinión, es una pérdida de tiempo y de mucho dinero. Querer realizar la represa, sería de gran perjuicio para nuestras comunidades, nuestro parque, es más importante nuestra naturaleza”*

Tito Lipa Zegarra, comunarios Torehua *“Una mala propuesta, inundara nuestra area comunal en su totalidad, todas las áreas turísticas quedaran bajo el agua afectando la flora y fauna y sitios de interés cultural. Este megaproyecto acabaría toda la actividad turística”*(ver anexo 3).

#### **5.10.2. Explotación forestal**

Este aspecto, se limita al cumplimiento de la ley forestal es la que se aplica por conveniencia en estos espacios tan olvidados de alcance del estado. La Autoridad de Bosque y Tierra tiene una oficina en Ixiamas por ser esta la Capital de la provincia, esta institución se remite a dar permisos a los pobladores y comunarios para el aprovechamiento de madera y últimamente también está controlando los chequeos.

De la misma manera, existen ONG’s que mediante el PN-ANMI Madidi realizan algunos estudios como el monitoreo ambiental y gestión de riesgo, mismos que muchas veces descubren explotación forestal, por lo que realizan la respectiva secuestro de acuerdo a normativa vigente en las AP’s.

#### **5.10.3. Contaminación del aire**

La contaminación proviene de los constantes chequeos que se realizan en la zona, principalmente la quema de pastizales, actividad que avanzan a través de las comunidades. Todavía no se sienten negativamente los efectos de tales hechos, aun con la población y comunidades respiran aire sin mucha contaminación, en relación a otras



partes del país. Cabe indicar que la contaminación local es mínima porque los cultivos son solo de subsistencia y además el PN-ANMI Madidi se convierte en un escudo para que los chaqueos no puedan avanzar y la vegetación del Madidi purifica el aire.

#### **5.10.4. Inclemencias de la naturaleza**

El problema del deterioro ambiental en la zona constituye una amenaza en la sostenibilidad del desarrollo tanto pesquero, como agrícola en el largo plazo, sobre todo si consideramos que gran parte de la zona posee una alta susceptibilidad a la erosión hídrica. A esto se suma inundaciones y sequías causados por el fenómeno de la naturaleza representativamente, lo que produce el crecimiento de los ríos y amenazas de precipitaciones fluviales en las poblaciones que viven sobre las riveras de los ríos y arroyos.

#### **5.10.5. Gestión ambiental en el PN-ANMI Madidi**

Según una revisión a la Propuesta de monitoreo de la Actividad Turística del PN-ANMI Madidi, señala que “actualmente no existe en el Madidi una base de datos sistematizados que permita evaluar y hacer un seguimiento con facilidad de manera periódica e inmediata, a excepción de unidades que producen información relacionada con el monitoreo.

- 1) La Unidad de monitoreo ambiental, que se dedica a realizar un monitoreo de la biodiversidad del área protegida.
- 2) La Unidad de Monitoreo Integral, actividad que realiza información general de acuerdo a diferentes aspectos señalados en el Plan de Monitoreo Integral (PMI), especialmente realiza el monitoreo de la biodiversidad en el PN-ANMI Madidi.

En este caso, es importante recalcar que esto tiene buenos resultados, pues es financiado por la Wildlife Conservation Society (WCS) donde prácticamente participan 2 técnicos y todo el Cuerpo de Protección y un significativo apoyo económico”<sup>42</sup>.

Por otro lado, al no contar con información que muestre los efectos e impactos del turismo en las comunidades, es aprovechado por algunos dirigentes que impulsan actividades dañinas al medio ambiente y desprestigiando el turismo.

#### **5.11. Análisis de la importancia del turismo para la administración gubernamental y no gubernamental**

La importancia del turismo para la administración pública va en crecimiento ya que en cuanto a las aportaciones generales de esta actividad podemos señalar que un 12% de las exportaciones totales de Bolivia son del Turismo, sumando un 4,8% del PIB nacional.

El último estudio realizado del gasto ecoturísticos en Bolivia, realizado el año 2007 muestra que 83,289 personas visitaron áreas protegidas, y gastaron en ello USD 9.994.654, por lo que se necesita de una administración transparente y el gobierno está consciente de esto y así lo demuestra con la reciente promulgación de la Ley de Turismo “Bolivia te espera” donde apoya iniciativas de turismo comunitario.

Por otro lado, la presencia del Parque Nacional Madidi, representa el atractivo más importante a nivel nacional e internacional, donde regularmente existe un importante flujo de turistas franceses, alemanes, EE.UU. Japón, Canadá, Australia y turistas nacionales, generando ingresos económicos considerables para la región y los municipios que la componen.

Por ejemplo, el Cantón San José de Uchupiamonas donde muchos turistas visitan esta comunidad, el cual representa ingresos económicos para la región. También la actividad turística está focalizada en las comunidades de Villa Alcira, San Miguel de Bala y otras

---

<sup>42</sup> Programa de Monitoreo Integral PN ANMI Madidi. Pág. 19.

que se encuentran en las riveras del río Beni que muy bien puede ingresar en esta dinámica la comunidad Indígena de Torehua

### 5.12. Análisis FODA

El diagnóstico del área, realizado mediante la revisión de diferentes investigaciones realizadas, reforzadas con los recorridos de campo del área vinculada al proyecto y complementados mediante la realización del (diagnostico participativo) en la comunidad, todo esto permitió conocer las percepciones de autoridades, y comunarios, sobre las potencialidades y limitaciones para el desarrollo del turismo comunitario, cuyas conclusiones son presentadas en este punto.

El taller (diagnóstico participativo) dio todos los insumos necesarios para la elaboración de la propuesta, insumos que se traducen más adelante en la estructuración de los lineamientos estratégicos propiamente dicho.

A continuación se realiza el Análisis FODA del proyecto:

<b>ANÁLISIS INTERNO</b>	<b>FORTALEZAS</b>
	La planificación de operación turística está enmarcado en Los Instrumentos de Gestión del PN ANMI Madidi
	Torehua se encuentra dentro del AMNI Madidi y área activa de turismo
	Alrededores de la comunidad posee recursos excelentes para turismo de aventura y agroturismo
	Turistas que visitan la zona son jóvenes, profesionales y disfrutan de la naturaleza y cultura
	Decisión de comunarios para capacitarse en temas de guiaje y gastronomía
	Existencia de un cuerpo de protección que realiza la patrullaje y cumplimiento de la normativa turística en AP
	Alto porcentaje de turistas que ingresan al Madidi son conscientes del cuidado ambiental y respeto cultural
	El AP cuenta equipo técnico en turismo, medioambiente, biodiversidad para apoyar a emprendimientos comunarios
	<b>DEBILIDADES</b>
	Comunarios creen que el turismo les beneficiaría con grandes economía y a corto plazo
	Comunarios desconfían del turismo por fracasos anteriores
	Comunarios no están organizados para manejar turistas
	Turistas desconfiados en participar y visitar nuevos productos que los tradicionales

<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
	El destino Madidi conocido como destino turístico a nivel nacional e internacional
	Gobierno toma en cuenta al Madidi como destino importante para promover el turismo comunitario
	Segmento joven busca aventura, convivir con naturaleza
	La tendencia turística internacional y nacional es hacia el ecoturismo, turismo comunitario
	<b>AMENAZAS</b>
	Inundaciones condiciona la operación turística (enero a abril)
	Pérdida de biodiversidad por caza y pesca ilegal
	La imagen de país como inestable obliga a turistas a cambiar su viaje hacia otros países de la región
	Construcción de la Represa hidroeléctrica del Bala que inundará gran parte del Parque.
El viceministerio de Turismo solo promociona al Salar de Uyuni y no al Destino Madidi	

Del análisis de esta matriz se delimitan las principales deficiencias o limitaciones que pueden afrontarse desde la gestión, manejo adecuado del turismo, para esto se pasó a realizar el cruce de variables, para formular las estrategias a seguir.

LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA EL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD DE TOREHUA

**MATRIZ CRUCE DE VARIABLES FODA**

<p><b>ANÁLISIS INTERNO</b></p> <p><b>ANÁLISIS EXTERNO</b></p>	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Planificación dentro los Instrumentos de Gestión del PN ANMI Madidi</li> <li>2. Torehua dentro del PN Madidi y área activa de turismo</li> <li>3. Comunidad con potencial para turismo comunitario</li> <li>4. Turistas de la zona jóvenes, profesionales y disfrutan de la naturaleza, cultura conscientes del cuidado ambiental</li> <li>5. Comunarios listos a capacitarse en guiaje y gastronomía</li> <li>6. Cuerpo de Protección hace cumplir la normativa del AP</li> <li>7. El AP cuenta equipo técnico para apoyar a emprendimientos comunitarios</li> </ol>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comunarios creen que el turismo les beneficiaría con una economía a corto plazo</li> <li>2. Comunarios desconfían del turismo por fracasos anteriores</li> <li>3. Comunarios no están organizados para manejar turistas</li> <li>4. Turistas desconfiados en participar y visitar nuevos productos que los tradicionales</li> </ol>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Destino Madidi conocido a nivel nacional e internacional</li> <li>2. Gobierno toma en cuenta al Madidi para promover el turismo comunitario</li> <li>3. Segmento joven busca aventura, convivir con comunidades indígenas</li> <li>4. Tendencia turística hacia el ecoturismo, turismo comunitario</li> </ol>	<p><b>POTENCIALIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Torehua debe promocionar en el mercado nacional e internacional sus productos turísticos bajo la marca Madidi con un eslogan que posicione el turismo comunitario y la convivencia con indígenas.</li> <li>2. Establecer un Reglamento de Operación Turística con apoyo técnico del Madi y aprobado por Dirección del Área Protegida.</li> </ol>	<p><b>RIESGOS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Establecer programas de sensibilización turística y capacitación en el trato al turista, hospedaje y guiaje a los comunarios de Torehua.</li> </ol>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inundaciones condiciona operación turística</li> <li>2. Pérdida de biodiversidad por caza y pesca ilegal</li> <li>3. Imagen de país inestable obliga a turistas a cambiar su viaje hacia otros países</li> <li>4. Represa del Bala inundará parte del AP.</li> <li>5. El Viceministerio de Turismo solo promociona al Salar de Uyuni y no al Madidi</li> </ol>	<p><b>DESAFIOS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Establecer un <b>comité de apoyo al turismo en el Madidi</b> involucrando a las demás operadoras con fondos económicos para emergencias y mayor patrullaje de los Guardaparques del Madidi</li> </ol>	<p><b>LIMITACIONES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Buscar auspicio de intercambios para que los comunarios vean el funcionamiento del turismo comunitario exitosos en la región o fuera del país</li> <li>2. Realizar convenios con operadoras conocidas para vender los paquetes turísticos de Torehua</li> </ol>

### **5.13. Situación actual, respecto al análisis del diagnóstico**

Luego de un análisis exhaustivo de todo el proceso del diagnóstico, se determina la situación y el contexto actual del proyecto como favorable en relación a factores que viabilizan la implementación de nuevos productos turísticos comunitarios al interior del PN-ANMI Madidi.

En cuanto a la oferta turística que ofrece actualmente las diferentes operadoras turísticas de Rurrenabaque no hay variación entre una y otra, convirtiendo al Madidi como un Destino Tradicional conocido como selva.

Todo esto impulsa a que este proyecto busque como ofertar productos diferente y único mediante atractivos en mejor estado de conservación a través de la combinación de cultura y naturaleza que se fusionen como productos comunitarios.

Gracias al estudio de mercado, se ha definido la demanda potencial que captará el proyecto, será el turista que busca contacto con la naturaleza, actividades de aventura y convivencia con comunarios de Torehua como una rica experiencia.

Si bien la operación puede estar en manos privadas, pero la misma será enmarcada y controlada por el Reglamento de Operación Turística Especifica del Madidi, lo que significa el cumplimiento de la Ley del Medio Ambiente y el Reglamento General de Áreas Protegidas, permitiendo al Cuerpo de Protección realizar constantes seguimientos y patrullajes para el cumplimiento de las normas.

De la misma manera, los senderos a implementarse vendrán a conformar vías de patrullaje y monitoreo de la biodiversidad con apoyo técnico del área protegida, lo que permitirá contar con un registro e indicadores permanente para medir el impacto del turismo en esta área, así mismo, la sola presencia de los Guardaparques demostrará seguridad para el turista y ahuyentará a cazadores y pescadores que es una amenaza latente para el área del proyecto.

Un factor de relevancia para el desarrollo del turismo comunitario y de naturaleza son la presencia de fauna muestra la posibilidad de observar a corta distancia diferentes especies de gran singularidad como tortugas, monos, ardilla, monos aulladores, lagartos y variedad de micro-fauna propia de la Amazonía, que bien se combinan con los el modo de vivir, sembradíos de la comunidad donde prácticamente se puede tener un abanico de senderos interpretativos con diferente temática que involucre a la mayor cantidad de comunarios como beneficiarios de este proyecto.

## **6. PROPUESTA**

La propuesta consiste en definir los Lineamientos de Acción Estratégica, de las cuales se desprenderán Proyectos y Acciones que deben ejecutarse para lograr los objetivos propuestos de acuerdo a las potencialidades detectadas y de esa forma brindar una alternativa de desarrollo a las familias integrantes de la comunidad indígena de Torehua.

La presente propuesta adopta al turismo comunitario como un instrumento de gestión turística que permita orientar a toda actividad turística que se desarrollará en la comunidad, de manera planificada y sostenible, basada en la participación activa de los comunarios y que busque el beneficio para ellos mismo.

Dicho de otra manera, el turismo en Torehua se desarrollará en el medio rural en el cual los comunarios son los anfitriones y donde los visitantes vivirán experiencias inolvidables, participando en actividades tradicionales y conociendo los recursos del entorno, disfrutando de paisajes, costumbres, conviviendo con los propios comunarios, disfrutando de la gastronomía local, participando en actividades agrícolas, observando flora, fauna y demás posibilidades que le puede brindar la comunidad.

Por ser este proyecto una propuesta académica, más que un proyecto propiamente dicho es un documento guía para establecer acciones futuras de turismo comunitario en Torehua, por lo que no corresponde realizar evaluación económica y financiera del proyecto, como resultado principal establecerá lineamientos de acción estratégica.

A insistencia de los beneficiarios del proyecto, en la propuesta se incorpora un perfil de proyecto para que ellos de manera independiente puedan tener una idea más clara sobre cuál sería la punta de lanza para poner en práctica los lineamientos estratégicos del turismo comunitario en su comunidad.

A continuación se menciona aspectos importantes que estructuran la propuesta del proyecto:



### 1. Definición de estrategias

Este punto se refiere a la estructuración las estrategias que emergieron como resultado del cruce de variables; es decir que las estrategias propiamente dichas se irán conformando de acuerdo a la similitud que existe entre ellas, esto puede significar que se unan dos o más estrategias para conformar una sola, o de lo contrario por no estar enmarcado en los objetivos de la propuesta otras puedan ser desechados y se los tome en cuenta solo como recomendación.

<p><b>Potencialidades</b></p> <p>1. Torehua debe promocionar sus productos turísticos en el mercado nacional e internacional bajo la marca Madidi, con un eslogan que posicione el turismo comunitario y la convivencia con indígenas.</p> <p>2. Establecer un Reglamento de Operación Turística con apoyo técnico del Madi y aprobado por Dirección del Área Protegida.</p>
<p><b>Desafíos</b></p> <p>1. Involucrar a las demás operadoras de turismo para conformar un <b>comité de apoyo al turismo en el Madidi</b> y generar fondos económicos para emergencias y mayor patrullaje de Guardaparques del Madidi.</p>
<p><b>Riesgos</b></p> <p>1. Establecer programas de sensibilización turística y capacitación comunitaria orientados al trato al turista, hospedaje, alimentación y guiaje en Torehua.</p>
<p><b>Limitaciones</b></p> <p>1. Buscar auspicio de intercambios entre comunarios vean el funcionamiento del turismo comunitario exitosos en la región o fuera del país</p> <p>2. Realizar convenios con operadoras conocidas para vender los paquetes turísticos de Torehua</p>

### 2. Visión turística estratégica para la comunidad indígena de Torehua

Imagen deseada (es la situación ideal que se pretende lograr en Villa Alcira) se trata de una síntesis de la situación ideal deseable, posible de ser alcanzada en el mediano a largo plazo desde 10 años.

En tal sentido se ha estructurado la siguiente imagen deseada para la comunidad.

*“La Comunidad Indígena de Torehua, es reconocida a nivel nacional e Internacional como un centro turístico diverso y especializado en turismo comunitario, donde los comunarios han adoptado al turismo como modelo de gestión, armónico y organizado”*

Esta visión se estructura en tres dimensiones del desarrollo sustentable:

- **Ámbito sociocultural;** Estas acciones permitirá dinamizar las vivencias comunales de Torehua en base a la práctica actividades turísticas que involucren el diario vivir de las familias de Torehua.
- **Ámbito ambiental;** se asegura la conservación en base a un aprovechamiento sustentable de los recursos turísticos mediante la práctica del ecoturismo y la normativa del Parque Madidi.
- **Ámbito socioeconómico;** El turismo dinamizará la economía comunitaria, generando empleos locales y manejo del emprendimiento.

### **6.1. Líneas de acción estratégica**

Todas las estrategias definidas se orientan a promover un turismo organizado y con calidad servicios de acuerdo al potencial turístico de la comunidad de Torehua y la visión de los actores locales, donde los directos beneficiarios sean los comunarios, por lo que es importante aplicar un conjunto de acciones y así generar mayores ingresos económicos donde se una mejor calidad de vida para los comunarios de la comunidad indígena de Torehua.

Como resultado de este proceso analítico, y una vez definidas las estrategias es necesario organizarlas de tal formas que orienten las acciones a seguir pero de una manera ordenada y agrupadas en líneas de acción estratégicas.

**Resumen de las líneas de acción estratégica**

<p><b>LINEAS DE ACCIÓN ESTRATÉGICA I</b></p> <p><b>Marketing y promoción de posicionamiento estratégico</b></p>	<p>Torehua debe promocionar sus productos turísticos en el mercado nacional e internacional bajo la marca Madidi, con un eslogan que posicione el turismo comunitario y la convivencia con indígenas.</p>
<p><b>LINEA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA II</b></p> <p><b>Reglamentación a la operación turística comunitaria</b></p>	<p>Establecer un Reglamento de Operación Turística con apoyo técnico del Madidi y aprobado por Dirección del Área Protegida.</p>
<p><b>LINEA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA III</b></p> <p><b>Organización para la eficiencia de la operación turística en el Madidi</b></p>	<p>Involucrar a las demás operadoras de turismo para conformar un comité de apoyo al turismo en el Madidi y generar fondos económicos para emergencias y mayor patrullaje de Guardaparques del Madidi.</p>
<p><b>LINEA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA IV</b></p> <p><b>Capacitación y sensibilización turística comunitaria</b></p>	<p>Establecer programas de sensibilización turística y capacitación comunitaria orientados al trato al turista, hospedaje, alimentación y guiaje en Torehua.</p>
<p><b>LINEA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA V</b></p> <p><b>Intercambio de experiencias</b></p>	<p>Buscar auspicio para intercambios con emprendimientos exitosos en turismo comunitario en la región o fuera del país</p>
<p><b>LINEA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA VI</b></p> <p><b>Alianzas comerciales</b></p>	<p>Realizar convenios con operadoras conocidas para vender los paquetes turísticos de Torehua</p>

En los siguientes cuadros se muestra la estructura de las líneas de acción estratégicas donde por simplicidad se ha definido el tiempo a realizar en:

- Corto plazo, tiempo estimado entre 1 a 2 años
- Mediano Plazo, tiempo estimado de 2 a 5 años

1) **LINEA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA I.- Marketing y promoción de posicionamiento estratégico**

Estrategias		Acciones /Proyectos		Corto Plazo	Mediano Plazo
1.1	Torehua debe promocionar sus productos turísticos en el mercado nacional e internacional bajo la marca Madidi, con un eslogan que posicione el ecoturismo, turismo comunitario y la convivencia con indígenas.	1.1.1	Trabajar en la estructuración de un slogan turístico que posicione como centro especializado en desarrollar turismo comunitario y convivencia con indígenas	X	
		1.1.2	Gestionar con el PN ANMI Madidi la inclusión permanente en los planes, proyectos y acciones de promoción que realiza el Madidi como Destino bajo la Marca Madidi.	X	

**2) LINEA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA II.- Reglamentación a la operación turística comunitaria**

Estrategias		Acciones		Corto Plazo	Mediano Plazo
2.1	Establecer un Reglamento de Operación Turística Comunitaria con apoyo técnico del PN Madidi y aprobado por Dirección del Área Protegida.	2.1.1	Realizar una alianza estratégica con el PN ANMI Madidi para trabajo mancomunado por el bien del Área Protegida, comprometiendo por parte del AP apoyo Técnico para la estructuración de un Reglamento de Operación Turística Comunitaria en la Comunidad de Torehua.	X	
		2.1.2	Talleres de socialización del Reglamento entre comunarios y prestadores de servicios que vayan a operar en Torehua		X

**3) LINEA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA III.- Organización para la eficiencia de la operación turística en el Madidi**

Estrategias		Acciones		Corto Plazo	Mediano Plazo
3.1	Involucrar a las operadoras de turismo y a la comunidad de Torehua para conformar un comité de apoyo al turismo en el Madidi y generar fondos económicos para emergencias y mayor patrullaje de Guardaparques..	3.1.1	La comunidad de Torehua debe participar en reuniones periódicas del PN ANMI Madidi y proponer la creación de un "Comité Impulsor del Turismo en el Madidi" para planificar, normar e impulsar acciones que vayan a merara el turismo en el área protegida.	X	
		3.1.2	Este comité debe ser conformado por las operadoras, comunidades, Guardaparques y Guías de Turismo, para lo cual se lo debe realizar con apoyo técnico legal del PN Madidi,	X	

**4) LINEA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA IV.- Capacitación y sensibilización turística comunitaria**

Estrategias		Acciones		Corto Plazo	Mediano Plazo
4.1	Establecer proyectos de sensibilización y capacitación turística comunitaria orientados al trato al turista, hospedaje, alimentación y guiaje en Torehua.	4.1.1	Involucrar a instituciones comprometidas con el turismo (PN Madidi, Gobierno Municipal, Mancomunidad del Norte Paceño y otras) para que colaboren a la comunidad con apoyo técnico para realizar la sensibilización y capacitación en Torehua.	X	
		4.1.2	Realizar un diagnóstico comunitario para identificar las deficiencias en cuanto a la sensibilización turística y definir la metodología para implementar la capacitación en trato al turista, servicio de hospedaje y alimentación.		X



**5) LINEA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA V.- Intercambio de experiencias**

Estrategias		Acciones /Proyectos		Corto Plazo	Mediano Plazo
5.1	Buscar auspicio para intercambios con emprendimientos exitosos en turismo comunitario en la región, o fuera del país	5.1.1	Gestionar ante instituciones que promueven actividades de intercambios (Viceministerio de Turismo, Mancomunidad del Norte Paceño, Gobierno Municipal y otros) para ver la experiencia de operación del turismo comunitario.	X	
		5.1.2	Establecer un fondo comunal para contrapartes destinados a gastos para atención de estos grupos de intercambio.		X

**6) LINEA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA VI.- Alianzas comerciales**

Estrategias		Acciones /Proyectos		Corto Plazo	Median o Plazo
6.1	Realizar convenios con operadoras conocidas para vender los paquetes turísticos de Torehua	6.1.1	Estructuración de paquetes en folletos y fichas técnicas características, precio, mapas, que incluye, etc.) En español e inglés y entregar a las operadoras para la comercialización.	X	
		6.1.2	Realizar convenios con operadoras de Rurrenabaque y La Paz para la venta de paquetes turísticos bajo un porcentaje del precio del producto.	X	

**Cuadro - Resumen de la propuesta**

Nº	Línea de acción estratégica	Estrategias	Acciones	Proyectos
I	Marketing y promoción de posicionamiento estratégico	Torehua debe promocionar sus productos turísticos en el mercado nacional e internacional bajo la marca Madidi, con un eslogan que posicione el turismo comunitario vivencial.	Gestionar con el PN ANMI Madidi la inclusión permanente en los planes, proyectos y acciones de promoción que realiza el Madidi como Destino bajo la Marca Madidi.	Trabajar en la estructuración de un slogan turístico que posicione como centro especializado en desarrollar turismo comunitario y convivencia con indígenas
II	Reglamentación a la operación turística comunitaria	Establecer un Reglamento de Operación Turística Comunitaria con apoyo técnico del PN Madidi y aprobado por Dirección del Área Protegida.	Realizar una alianza estratégica con el PN ANMI Madidi para trabajo mancomunado por el bien del Área Protegida, comprometiéndose por parte del AP apoyo Técnico para la estructuración de un Reglamento de Operación Turística Comunitaria en la Comunidad de Torehua. Talleres de socialización del Reglamento entre comunarios y prestadores de servicios que vayan a operar en Torehua	
III	Organización para la eficiencia de la operación turística en el Madidi	Involucrar a las operadoras de turismo y a la comunidad de Torehua para conformar un comité de apoyo al turismo en el Madidi y generar fondos económicos para emergencias y mayor patrullaje de Guardaparques..	La comunidad de Torehua debe participar en reuniones periódicas del PN ANMI Madidi y proponer la creación de un "Comité Impulsor del Turismo en el Madidi" para planificar, normar e impulsar acciones que vayan a mejorar el turismo en el área protegida. Este comité debe ser conformado por las operadoras, comunidades, Guardaparques y Guías de Turismo, para lo cual	

			se lo debe realizar con apoyo técnico legal del PN Madidi,	
IV	Capacitación y sensibilización turística comunitaria	Establecer proyectos de sensibilización y capacitación turística comunitaria orientados al trato al turista, hospedaje, alimentación y guiaje en Torehua.	Involucrar a instituciones comprometidas con el turismo (PN Madidi, Gobierno Municipal, Mancomunidad del Norte Paceño y otras) para que colaboren a la comunidad con apoyo técnico para realizar la sensibilización y capacitación en Torehua.	Realizar un diagnóstico comunitario para identificar las deficiencias en cuanto a la sensibilización turística y definir la metodología para implementar la capacitación en trato al turista, servicio de hospedaje y alimentación.
V	Intercambio de experiencias	Buscar auspicio para intercambios con emprendimientos exitosos en turismo comunitario en la región, o fuera del país	<p>Gestionar ante instituciones que promueven actividades de intercambios (Viceministerio de Turismo, Mancomunidad del Norte Paceño, Gobierno Municipal y otros) para ver la experiencia de operación del turismo comunitario.</p> <p>Establecer un fondo comunal para contrapartes destinados a gastos para atención de estos grupos de intercambio.</p>	
VI	Alianzas comerciales	Realizar convenios con operadoras conocidas para vender los paquetes turísticos de Torehua	Realizar convenios con operadoras de Rurrenabaque y La Paz para la venta de paquetes turísticos bajo un porcentaje del precio del producto.	Estructuración de paquetes en folletos y fichas técnicas características, precio, mapas, que incluye, etc.) En español e inglés y entregar a las operadoras para la comercialización.

\* Los 3 proyectos definidos, se estructura en una ficha informativa

<b>PROYECTO DE GRADO</b>	
LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA LA IMPLEMENTACION DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD INDIGENA TOREHUA EN EL PN ANMI MADIDI	
<b>PROYECTO:</b> Diseño de Slogan Turístico para promover el turismo comunitario en Torehua	
<b>DATOS GENERALES</b>	
Responsable	Comunidad Indígena de Torehua
Tiempo de ejecución	2 meses
<b>UBICACIÓN DEL PROYECTO</b>	
El proyecto se encuentra en el departamento de La Paz, provincia Franz Tamayo pertenece al Consejo Indígena del Pueblo leco de Apolo (a 40 km de San buenaventura), en el ANMI Madidi.	
<b>OBJETIVO GENERAL</b>	
Promover a la Comunidad Indígena de Torehua como producto de turismo comunitario al interior del PA ANMI Madidi.	
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identificar aspectos claves e innovadores en el potencial de turismo comunitario en Torehua para plasmarlo en una frase.</li> <li>▪ Definir palabras y frases, capaces de despertar la motivación en el turista nacional e internacional para que visite la comunidad.</li> <li>▪ Realizar la inclusión del Slogan de Torehua dentro la marca y posicionamiento turístico del Madidi como destino Turístico.</li> </ul>	
<b>CARACTERISTICAS DEL PROYECTO</b>	
<p>Se espera que el eslogan turístico, tenga un mensaje diferente al turismo tradicional del PN Madidi, que en la actualidad se lo conoce como el producto selva, sin aprovechar el potencial, cultural, tradicional y vivencial que guardan las comunidades, como es Torehua.</p> <p>Se espera que este eslogan sea capaz de incursionar en el mercado turístico, aprovechando los canales de difusión y la Marca Madidi como el tercer Destino Turístico de Bolivia.</p> <p>Poco a poco este eslogan será quien defina y posicione a Torehua como un producto turístico comunitario, donde el turista tiene la oportunidad de combinar la cultura con la naturaleza.</p>	

<b>PROYECTO DE GRADO</b>	
<b>LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA LA IMPLEMENTACION DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD INDIGENA TOREHUA EN EL PN ANMI MADIDI</b>	
<b>PROYECTO:</b> Definición de metodologías, técnicas e instrumentos para realizar la sensibilización y capacitación turística en la Comunidad Indígena de Torehua	
<b>DATOS GENERALES</b>	
Responsable	Comunidad Indígena de Torehua
Tiempo de ejecución	2 meses
<b>UBICACIÓN DEL PROYECTO</b>	
El proyecto se encuentra en el departamento de La Paz, provincia Franz Tamayo pertenece al Consejo Indígena del Pueblo leco de Apolo (a 40 km de San buenaventura), en el ANMI Madidi.	
<b>OBJETIVO GENERAL</b>	
Definir estrategias de intervención para realizar la sensibilización y capacitación turística comunitaria en la Comunidad Indígena de Torehua.	
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Realizar un diagnóstico comunitario para identificar potencialidades y limitaciones en la comunidad para realizar una sensibilización y capacitación turística comunitaria.</li> <li>▪ Definir el nivel de conocimiento en niños y adultos de la comunidad de Torehua respecto al turismo.</li> <li>▪ Estructurar una malla curricular y contenidos mínimos para una capacitación en Trato al Turista, hospedaje y alimentación para las familias de Torehua..</li> </ul>	
<b>CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO</b>	
Este proyecto es tan importante, para lograr cierto nivel de calidad de servicios en la comunidad de Torehua, cuando se vaya activar el turismo, motivo por el cual es de vital importancia que los proyectos, metodologías, técnicas e instrumentos que se utilizará en el proceso de enseñanza sea del contexto cultural, social de la propia comunidad, esa manera se tendrá mejores resultados al momento de la capacitación.	

<b>PROYECTO DE GRADO</b>	
<b>LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA LA IMPLEMENTACION DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD INDIGENA TOREHUA EN EL PN ANMI MADIDI</b>	
<b>PROYECTO:</b> Diseño de material promocional de difusión masiva que incluya como aspecto central los diferentes paquetes de turismo comunitarios que ofrece Torehua.	
<b>DATOS GENERALES</b>	
Responsable	Comunidad Indígena de Torehua
Tiempo de ejecución	2 meses
<b>UBICACIÓN DEL PROYECTO</b>	
El proyecto se encuentra en el departamento de La Paz, provincia Franz Tamayo pertenece al Consejo Indígena del Pueblo leco de Apolo (a 40 km de San buenaventura), en el ANMI Madidi.	
<b>OBJETIVO GENERAL</b>	
Difundir el producto turístico de la Comunidad Indígena mediante material de promoción masiva para que el mercado conozca a Torehua como producto de turismo comunitario al interior del PA ANMI Madidi.	
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Diseño de material promocional en español para una difusión masiva en el mercado turístico local, regional y nacional.</li> <li>▪ Diseño de material promocional en inglés para una difusión masiva en el mercado turístico internacional.</li> <li>▪ Realizar las alianzas, convenios, y acuerdos con instituciones de promoción turística para que sean los medios de realizar la difusión del producto turístico Torehua.</li> </ul>	
<b>CARACTERISTICAS DEL PROYECTO</b>	
Este material promocional debe mostrar la oferta turística de Torehua, dando a conocer los atractivos, actividades, precios, recorridos y demás bondades que se tiene en la comunidad, es decir que tos estos materiales de difusión turística ira más allá que los tradicionales que nos muestran algunos solo atractivos, otros solo hospedaje y solo comida, si no que una vez que el turista se moti9ve al ver los atractivos, pues conozca cómo llegar, cuanto le va a costar que y donde comer, etc.	

### **6.1.1. Resultados esperados**

Con el fin de mostrar resultados a corto plazo, y de acuerdo al diagnóstico, se pretende hacer la implementación de un proyecto como punto focal del proyecto, tomando en cuenta que muchas veces las estrategias solo quedan en papeles como un diagnóstico más. Por lo que esta Plan tiene previsto la implementación de un proyecto, mismo que se desarrolla a nivel perfil, para mostrar la viabilidad de su implementación. De esta manera poner al mercado un producto clave mediante la Línea de Acción VI **Alianzas comerciales**.

Así, se puede afirmar que las estrategias planteadas conlleva una serie de acciones que se espera culmine en los resultados señalados (Acciones y Proyectos) que obedecen al objetivo planteado y que se enmarcan en los instrumentos de gestión del PN-ANMI Madidi (Reglamento de Operación Turística Especifica del PN ANMI Madidi, la Propuestas de Estrategia Turística del PN-ANMI Madidi), de esta forma contribuyan a la diversificación de la operación turística del Madidi a mejorar la calidad de vida de los comunarios de Torehua.

### **6.1.2. Beneficios esperados**

Para que el presente proyecto sea considerado como comunitario, debe cumplir algunas condiciones, mismas que se reflejan en los siguientes beneficios.

#### **a) Beneficios económicos**

Torehua al recibir visitantes y ofrecer actividades turísticas, servicios de guiaje, alojamiento y alimentación. También podrá vender artesanías y los productos que cultiva, además de contar con la distribución de dividendos entre las 14 familias comprometidas con el turismo en Torehua. De esta forma tendrán más ingresos.



**b) Beneficios ambientales**

El turismo en Torehua con la aplicación de las estrategia, se desarrollara de manera planificada y ordenado, los atractivos no correrán el riesgo de ser depredados; durarán por mucho tiempo y nos servirán para seguir atrayendo visitantes pero sobre todo para mantener lugares saludable y hermoso a la vista del visitantes

**c) Beneficios sociales**

El turismo en Torehua se desarrollará de manera coordinada con el PN ANMI Madidi, será una colaboración mutua. Además gracias a la organización de tu comunidad y el sistema de distribución de los recursos generados por la actividad turística un porcentaje se destinará a mejorar las deficiencias de la comunidad (educación, agua, salud y transporte, etc.

**d) Beneficios culturales**

La cultura e identidad de Torehua se verán fortalecidas pues serán apreciadas por los visitantes y eso hará los propios comunarios se sientas orgulloso de sus valores culturales.

**1) LINEA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA I.- Marketing y promoción de posicionamiento estratégico**

- La Marca Madidi está posicionado en el mercado turístico nacional e internacional, como el tercer destino turístico más importante de Bolivia después del Salar de Uyuni y el Lago Titicaca, para lo cual Torehua debe colgarse de esta marca para mostrase a Bolivia y al mundo. Dentro de la marca Madidi están un conjunto de operadoras privadas y comunitarias, por lo que el mercado turístico identificaría a Torehua como parte del destino.

Para no caer en ese error, se diseñara un Eslogan que muestre la combinación naturaleza y convivencia con los indígenas.

- Del mismo modo, Torehua será permanentemente difundida en los afiches, páginas web redes sociales que dependen de la administración del PN ANMI Madidi.

## **2) LINEA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA II.- Reglamentación a la operación turística comunitaria**

- Toda la operación turística que se vaya a realizar estará reglamentado, norma que se enmarcará en el **Reglamento de Operación Turística Específica Para el PN-ANMI Madidi**, por lo cual este documento debe estar aprobado con Resolución Administrativa del Área Protegida, aquí se establecerán las actividades turísticas permitidas y prohibidas, requisitos para prestar el servicio de guiaje u hospedaje y alimentación en la comunidad, características de las infraestructuras, cuidado ambiental, delitos y sanciones que se vayan a cometer por parte de turistas, comunarios y prestadores de servicios.
- Los comunarios conocerán y manejaran este Reglamento, como un manual de la operación turística, para su cumplimiento se tendrá al Cuerpo de Guardaparques del Madidi, a los cuales se les facilitará toda la información y desarrollo de sus actividades para el bien del turismo de Torehua.

## **3) LINEA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA III.- Organización para la eficiencia de la operación turística en el Madidi**

- La comunidad de Torehua como emprendimiento Turístico formará parte activa del “Comité Impulsos del Turismo en el Madidi”, Institución que estará conformado por diferentes actores que operan, Guías legalmente establecidos, Técnicos del AP y Guardaparques. Este Comité planificará,

normará e impulsará las buenas prácticas del turismo no solo en Torehua si no en todo el AP, además, contará con fondos generados por aportes propios, destinados gran parte a la ampliación de patrullajes del Cuerpo de Protección del Madidi.

#### **4) LINEA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA IV.- Capacitación y sensibilización turística comunitaria**

- Los comunarios y prestadores de servicios de Torehua estarán sensibilizados respecto a lo que significa el turismo comunitario en su comunidad, también estarán y serán capacitados permanentemente en hospedaje, trato al turista y alimentación, tarea que se logrará realizar con el apoyo técnico del Madidi y otras instituciones amigas, que impulsan el turismo en la región como la Mancomunidad de Municipios del Norte Paceño y Gobiernos municipales.

#### **5) LINEA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA V.- Intercambio de experiencias**

- Al interior de la comunidad se contarán con líderes comunales que conocen del manejo y funcionamiento del turismo comunitario en emprendimientos similares de Perú, Ecuador y Bolivia (San Miguel del Bala y Chalalán). Todo esto se logrará con el auspicio de instituciones amigas como el (Viceministerio de Turismo, Mancomunidad del Norte Paceño, Gobierno Municipal y otros), además los comunarios destinarán un porcentaje de las utilidades a la contraparte para promover este intercambio y ampliar permanentemente a otras familias y líderes jóvenes de la comunidad.

#### **6) LINEA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA VI.- Alianzas comerciales**

- La comercialización de los productos turístico de Torehua serán vendidos en primera instancia en base a convenio por operadoras de Rurrenabaque y La Paz, para lo cual se contará con trípticos, dípticos y fichas técnicas

informativas de alta calidad que ilustre cada paquete que se realiza en Torehua.

## **6.2. “Ruta turística petroglifos del Madidi” – perfil de proyecto**

### **a) Introducción**

Este proyecto consiste en un recorrido por el Rio Beni, ingresando por arroyos de aguas cristalinas, donde se puede apreciar un sin número de atractivos turísticos de carácter natural, (ríos, arroyos, caídas de agua, cuevas, piscinas naturales, salitrales, flora y fauna), pero lo que hace diferente este recorrido respecto a los tours del Madidi, será la simbiosis con lo arqueológico (petroglifos) y lo cultural (vivencia de la comunidad de Torehua).

### **b) Justificación**

Este producto turístico, presentado en el proyecto será la punta de lanza para que la presente propuesta se implemente, y se muestre la viabilidad del proyecto para beneficio de los comunarios, este circuito resume en si la biodiversidad ablando de lo natural y la diversidad cultural hablado de la comunidad.

Con la implementación de tan solo este proyecto se puede mejorar la calidad de vida de las familias de Torehua, familias que a la fecha están sumidos en la extrema pobreza, logran sobrevivir con la venta de Plátano que venden los domingos en la feria de Rurrenabaque al precio de (10 o 20 Bs el racimo), por lo que este proyecto quiere llegar a estos comunarios con una alternativa para generar nuevos ingresos económicos.

### **c) Objetivo**

Promover una ruta turística integral en el PN ANMI Madidi, mediante el manejo sostenible de los atractivos turísticos de la Comunidad de Torehua para mejorar la calidad de vida de las familias de la comunidad.

#### **d) Descripción del producto turístico “La Ruta petroglifos del Madidi”**

Esta ruta turística se enfoca al aprovechamiento de la naturaleza y la vivencia comunal, puesto que la fragilidad de los atractivos de mayor relevancia en la ruta puede ser aprovechada de manera sostenible y enmarcada en la normativa turística de las Áreas Protegidas.

Tomando en cuenta la riqueza paisajística y de biodiversidad de los sitios involucrados en esta propuesta, la infraestructura que se plantea se hace intervenciones mínimas en recorridos para reducir el impacto ambiental.

Por otro lado las características de la zona favorecen al desarrollo de la ruta al estar vigentes los tramos de recorrido fluvial y terrestre que conecta con senderos peatonales. En este sentido la ruta turística propuesta tiene las siguientes características.

- El producto turístico está compuesto por el conjunto **de actividades turísticas** que se van desarrollando desde el momento que el o los turistas se desplazan por el Rio Beni.
- También hace mención a los **accesos**, es decir que por un lado el Rio Beni se convierte en la vía o la RUTA TURÍSTICA y por otro los senderos de los comunarios que dirigen a los atractivos como las caídas de agua, los petroglifos, los salitrales hacen y facilitan el tráfico de turista.
- **Los Atractivos Turísticos** es la materia prima del turismo, sin esto sería imposible realizar o viabilizar cualquier proyecto, como atractivo se puede señalar al rio Beni, los arroyos de agua dulce, los petroglifos, la caída de agua, la comunidad e Torehua, los sembradíos familiares (chacos), el modo de vivir de la comunidad.
- **Mapa de Recorrido**, a continuación se visualiza de mejor manera el recorrido en el mapa siguiente:

- **Los servicios turísticos**, es otro requisito deficiente, como los pocos guías empíricos de la comunidad pero faltaría especializarlos para que presten un mejor servicio en turismo comunitario.

La alimentación prácticamente será comercializada por los propios comunarios, luego y durante los recorridos largos estará a cargo de un cocinero

En cuanto al servicio de hospedaje será en camping personal sobre las plataformas construidas en las 3 áreas de camping.

- **La promoción**, es el plus que cuenta este producto enganchado del Madidi, como destino ya posicionado en el mercado por lo que este componente será absorbido por las acciones de promoción que realiza el Madidi. Tal como el lineamiento estratégico I, pero con su propio eslogan que lo diferenciara del tradicional del Madidi.
- **La comercialización del producto**, tal como la señala el Lineamiento Estratégico VI, se debe realizar alianzas estratégicas con operadoras de Rurrenabaque legalmente establecidos para la comercialización de esta novedosa Ruta Turística, será la administración que tome en cuenta el manejo adecuado y eficiente, para que el PN ANMI Madidi la supervisión y control ambiental de las infraestructuras de acuerdo al Reglamento de Operación Turística Especifica del AP.

Para mejor ilustración de lo que realmente consiste el recorrido, se ha desarrollado el siguiente mapa de la Ruta a implementar.

#### e) **Actividades turísticas realizadas en el recorrido**

A continuación se hace una descripción de las actividades que el o los turistas realizaran en desarrollo del circuito. Toda las actividades son las oficialmente permitidas por el

ROTE del Madidi, al igual que las infraestructuras propuestas, por lo el presente propuesta está enmarcado en los instrumentos de gestión del Parque Madidi.

Por lo que se señala, la ruta turística empieza inmediatamente luego de que el Guía da la bienvenida al grupo, luego el turista realice el respectivo registro y pago del SISCO en la oficina central del Madidi en San Buenaventura.

▪ **Actividad I – City tours San Buenaventura**

Con el fin de involucrar a San Buenaventura en la actividad turística, con esta actividad se inicia en la puerta de las oficinas del Parque Madidi, se hará un recorrido por la población mostrando el edificio del Gobierno Municipal de San Buenaventura, La Casa Cultura Tacana, la Iglesia y la Plaza del Pueblo.

▪ **Actividad II – Navegación Rio Beni**

Después del recorrido urbano, el bus se dirige al puesto de San Buenaventura, para iniciar el recorrido por el Rio Beni, rumbo a la comunidad de Torehua donde el guía podrá hacer una explicación de los orígenes tacana de la población de San Buenaventura, de Rurrenabaque como centros de evangelización y el desarrollo político y económico que atravesaron estas poblaciones.

Prosiguiendo con el recorrido, el guía va describiendo las comunidades indígenas de origen tacana que se ubican en las riberas del Beni (Villa Alcira, Real Beni, San Miguel del Bala), así como otros atractivos que se puede observar desde la embarcación (Petroglifos del Beni, el Estrecho del Bala).

▪ **Actividad III – Registro puesto de control del Bala**

Es obligatorio encostar en el Puesto de Centros de Guarda parques en el Bala, que vendría a ser la puerta del Parque Nacional Madidi, aquí cada turista o visitante debe registrarse y mostrar la factura que lo hace un turista legal, luego de este registro, el

Guarda parque designado, guiara al Grupo a una maqueta del PN Madidi, quien luego de una presentación e información del rol que cumple el Gurda parque en bien del Área Protegida y del turismo, realizará una explicación a detalle sobre lo que es en si el PN ANMI Madidi.

▪ **Actividad IV- Sobre las aguas del Beni.**

Luego, se prosigue con el recorrido sobre el Rio Beni, donde y de acuerdo al tiempo se puede hacer paradas para que el turista tome algunas fotos y escuche de las leyendas muy interesantes como:

- ✓ La leyenda del Bala
- ✓ La leyenda del S´us´e (serpiente de 7 cabezas)
- ✓ Algunas anécdotas y hechos reales ocurridos en el rio Beni.
- ✓ Toma de fotografías a paisajes naturales
- ✓ Otros aspectos que el Guía vea necesario.

De esta manera se llega al puerto al Arroyo Quendeque, donde se implementará un área de Camping, para pasar la noche, a pocos metros del Puesto de Control de los Guarda parques del PN Madidi.

▪ **Actividades turísticas transversales**

Por ser esta propuesta que se enmarca específicamente en los instrumentos de gestión Turística del PN ANMI Madidi, existe un conjunto de medidas y limitantes que se enmarca precisamente el Reglamento de Operación Turística del PN ANMI Madidi, donde se define actividades que se permiten y se prohíben:



- Observación de Aves
- Observación de mariposas
- Observación de Paisajes
- Toma de fotografías
- Observación de Fauna silvestre (habita natural)
- Observación de huellas de animales
- Camping / Campamento
- Paseo en Callapo
- Treking
- Agroturismo

Entonces la propuesta tiene que fomentar estas actividades amigables con el medio ambiente, por lo tanto la Ruta de los Petroglifos del Beo tiene una identidad naturaleza y vivencia comunal.

**Itinerario 1 “Ruta de los petroglifos del Beo”**

<b>Día 1</b>				
<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	<b>Lugar</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
7:00	7:15	Oficina operadora	Bienvenida	El guía dará explicación del itinerario
7:15	7:45	Oficina Central PN Madidi (San Buenaventura)	Registro y pago del SISCO	Todo turista se Registra y Paga el Importe SISCO en ventanilla
7:45	8:30	Población de San Buenaventura	City Tours urbano San Buenaventura	En Bus turístico, se recorre San Buenaventura, observando el centro poblado como el centro político, la iglesia, y la casa cultural.
8:30	9:00	Restauran San Buenaventura	Desayuno	En ambiente acondicionado para el efecto en la población de San Buenaventura se sirven un desayuno
9:00	10:00	Puerto de San Buenaventura	Traslado en Bote turístico	Guía explica los orígenes tacana de San Buenaventura y Rurrenabaque, mientras se recorre río arriba.
10:00	10:30	Río Beni	Navegación	Por el Río Beni, el Guía va describiendo las comunidades ribereñas, y los atractivos como el Estrecho del Bala, los petroglifos (víbora de 7 cabezas).
10:30	11:00	Puesto de Control el Bala	Registro y Explicación de los Guarda parques	Todos se registran en el Puesto de Control del Bala, seguidamente el Guarda parque de turno, explica magistralmente en maqueta sobre lo que es el área protegida.
11:30	14:30	Río Beni	Navegación	El grupo se dirige río arriba, mientras el Guía va narrando anécdotas que ocurrieron sobre este río
14:30	15:00	Ribera del Río	Almuerzo	Ya en la desembocada del río Quendeque y a manera descansar el grupo se sirve el almuerzo bajo los árboles, en mesas improvisadas de troncos.
15:00	15:30	Río Quendeque	Treking	Se realiza un treking por la selva observado flora y fauna, hasta el puesto de control, donde se tiene el área de camping de turistas.
15:30	17:30	Parabal de Torehua	Visita Parabal	Luego de dejar las mochilas, todos realizan un recorrido hacia el parabal que esta sobre un peñón, donde realizará la interpretación de la fauna y toma de fotografías.
17:30	18:30	Área de camping	Aseo personal y cena	Todos colaboran al guía en el armado de camping para pasar la noche, luego la cena.
19:00	19:00	Área de camping	Descanso	Cada turista se instala en su respectivo camping para dormir.

<b>Día 2</b>				
<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	<b>Lugar</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
6:30	8:00	Área de camping	Muy temprano caminata para observar monos silbadores	El guía hace la interpretación de la fauna que se observa
8:00	8:30	Área de camping	Desayuno	Todos se sirven el desayuno comunitario
8:30	12:30	Rio Beni y sendero	Navegación observación de fauna silvestre	Por momentos se realiza navegación, desembarcando en puntos claves para recorridos por senderos que llevan a atractivos.
12:30	14:30	Torehuita	Almuerzo	Mientras los Turistas disfrutan del paisaje el Guía prepara un almuerzo para luego disfrutar entre todos.
14:30	15:30	Torehuita	Acondicionamiento	Todos preparan el camping para pasar la noche.
15:30	17:00	Piscina Natural	Treking y baño	Por medio de la selva se realiza observación de aves, de monos huellas y se llega a la piscina natural, donde se toma un baño y descanso.
17:00	18:30	Área de camping	Aseo personal y cena	Después de la cena, cada quien a descansar

Día 3				
Inicio	Final	Lugar	Actividad	Descripción
6:30	7:00	Orillas del Beni	Caminata por alrededores escuchar canto de aves, monos y observación de mariposas gigantes	Todos, a la cabeza del Guía se dirigen por senderos improvisados y guiados por el cantar de la aves y monos, mientras el guía explica la especie, el sexo y el comportamiento de cada especie. Así hasta llegar a la orilla del Beni
7:30	9:30	Comunidad de Torehua	Desayuno comunitario	Se llega a Torehua, los comunarios dan la bienvenida, y se pasa a desayunar a la casa comunal en compañía de algunos comunarios.
9:30	13:00	Comunidad de Torehua	Convivencia comunal	En compañía de guías de la comunidad, se hace compartir el grupo en parejas para que cada uno tenga la experiencia de convivir con una familia de comunarios, ayudando en los quehaceres, así se comparte entre ellos el almuerzo familiar.
13:00	14:30	Comunidad	Descanso	Cada grupo descansa en la casa que le toco, algunos en hamacas, sillas que se tiene para el efecto.
14:30	18:00	Chacos	Agroturismo	Cada grupo dirige al chaco con la familia, allá podrá cosechar, sembrar, o simplemente observar. Vuelven a la comunidad para cena comunitaria.
18:00	21:00	Comunidad	Sesión nocturna	Todos, acuden a una casa de un comunarios para escuchar relatos de los ancianos, leyendas, y lectura de la surte e cada uno.
21:00	7:30	Comunidad	Descanso	Cada grupo tiene preparado en la casa que le toco un ambiente para pasar la noche.

<b>Día 4</b>				
<b>Inicio</b>	<b>Final</b>	<b>Lugar</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
6:30	7:30	Comunidad	Observación del amanecer	El guía los guía a lugares específicos para observar la salida del sol paisaje muy interesante.
8:00	9:00	Comunidad	Desayuno	Todos se sirven el desayuno comunitario
9:00	12:30	Cascada de agua	Baño y almuerzo	Se llega a la cascada, donde el grupo toma un baño para descansar de la rutina donde se aprovecha para almorzar.
12:30	14:00	Cueva de Guacharos	Observación de aves	Visita a la cueva de unos pájaros que viven en cuevas, oscuras.
14:00	14:40	Comunidad y Rio Beni petroglifos	Navegación observación de petroglifos.	Desde el Beni, por un sendero se llega a los Petroglifos, Atractivo estrella de esta Ruta, se escucha la interpretación, se toma fotografías.
14:40	15:30	Rio Beni	Paseo en callapos	Luego de bajar por el rio, se desciende del bote para hacer un paseo en callapo por el rio, unos metros, para luego continuar el descenso en bote.
15:30	17:30	Navegación	Llegada a Rurrenabaque	Se llega al puerto de Rurrenabaque, se despiden todos y fin del Tour,

<b>Destinatarios</b>	Turistas nacionales e internacionales.
<b>Servicios incluidos</b>	Transporte, alimentación, hospedaje, guíaje.
<b>Capacidad de Carga</b>	Los grupos deberán estar compuestos por un máximo de diez (10) turistas, un (1) guía y dos (2) personas de apoyo como máximo (en el caso que se requieran cargadores o porteadores). (Art. 27 ROTE)
<b>Recomendación</b>	Llevar ropa liviana, gafas de sol, sombrero de ala ancha, zapatos para Treking. Se solicita brindar toda la colaboración necesaria cuando autoridades del Parque nacional Madidi se lo soliciten, los Guardaparques velan por su seguridad.
<b>Prohibiciones</b>	Los turistas, no podrán realizarse actividades turísticas que no se encuentren contempladas en él Tampoco se podrá ingresar cualquier instrumento, herramienta o arma de fuego que pueda servir para realizar o cometer cualquier infracción administrativa estipulada en el Reglamento Especifico de Operaciones Turísticas del PN y ANMI Madidi y la normativa legal vigente, presente Reglamento. (Art. 33 ROTE)Queda prohibido el ingreso al AP de personas menores de 15 años de edad, para la práctica de las diferentes modalidades de turismo establecidas por el presente reglamento, salvo que se compruebe la compañía y/o autorización de su padre o madre o tutor, o en su caso de la institución con la que visita el AP. (Art. 28 ROTE)

**Estructura de costos del paquete en Bs. (para 8 turistas por 4 días y 3 noches)**

ESTRUCTURA DE COSTOS	COSTO UNITARIO/TURISTA/DÍA (BS.)	CANTIDAD DE TURISTAS	TIEMPO DE PERMANENCIA (DÍAS)	TOTAL COSTO
Hospedaje				<b>2.400</b>
Área de camping	100	8	3	2.400
Transporte				<b>1.600</b>
San Buenaventura - Torehua (vía fluvial)	200	8	1	1.600
Alimentación				<b>1.280</b>
Desayuno	10	8	4	320
Almuerzo	15	8	4	480
Cena	15	8	4	480
Servicio personal				<b>300</b>
Guía	150	1	1	150
Motorista	150	1	1	150
<b>TOTAL</b>				<b>5.580</b>

En el cuadro anterior muestra la inversión que incurrirá en atender a un grupo de turistas de 8 personas, quienes estarán realizando el Tours por 4 días y 3 noches, que según el

detalle la inversión es de Bs. 5.580 por el grupo de turistas, significando que por turista se invierte Bs. 698.

En el mercado turístico los paquetes se comercializan en Dólares Americanos por lo que se realiza el respectivo cálculo, en base al tipo de cambio 6.96.

\$us AMERICANOS 802
---------------------

Entonces se dice que el costo de producción del paquete turístico de 4 días y 3 noches, para un grupo de 8 turistas, todo incluido es de \$us americanos 802.

A esta cifra se debe adicionar el margen de rentabilidad que para el presente proyecto se calcula en 50% respecto al total de la inversión.

MARGEN DE RENTABILIDAD 50% del total inversión = \$us 681 (802 * 50% = 401)
PRECIO REAL DEL PAQUETE PARA GRUPO DE 8 TURISTAS = \$us 2.043 (802 + 401 = 1.203)
DEDUCCION DEL IVA (13%) =156 (1.203 + (13%) = 156) Este monto de \$us 156 se adiciona al precio de venta
PRECIO DE VENTA = \$us 1.359 (1.203+156 = 1.359)

Como se ha visto, luego de los cálculos establecidos, se define que este paquete “RUTA DE LOS PETROGLIFOS DEL BEO” tiene un precio (todo incluido) en el mercado de \$us 1.359 para un grupo de 8 turistas por 4 días y 3 noches.

#### f) Costos

La proyección de los egresos se ha realizado tomando en cuenta los gastos que se tiene registrados según la estructura de costo del Paquete “La Ruta de los Petroglifos del Beo” y el presupuesto definido para la implementación de la ruta turística.

CONCEPTO	Años					
	0	1	2	3	4	5
Construcción senderos	7.000	-	-	-	-	-
Señalética	2.500	-	-	-	-	-
Áreas de Camping	30.000	-	-	-	-	-
Costos operación "Ruta de los Petroglifos del Beo"		340.380	362.700	368.280	357.120	357.120
Mantenimiento		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
<b>Total</b>	39.500	341.380	363.700	369.280	358.120	358.120

**g) Ingresos**

El detalle de los ingresos previstos ha sido elaborado sobre el cálculo realizado en relación a las encuestas (cuadro de motivación) deduciendo que de 6.957 turistas total año 2016, un 14% (974 turistas) quieren convivir con las familias de Torehua, de los cuales, el primer año por ser un producto nuevo y poco conocido, se captará un 50% de los 974 que arroja un cálculo de 487 turistas para, cifra que ira en ascenso en los próximos año de acuerdo posicionamiento del nuevo producto en el mercado.

Entonces diremos que: Por este motivo todos los cálculos en el presente proyecto se realiza en base a 487 turistas que equivale a 61 grupos de turistas para el año 1. Por la practicidad que representa realizar los cálculos, se ha visto por conveniente definir los ingresos por venta de paquetes en número de grupos:

**Ingresos proyectados (en \$us americanos)**

Concepto	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Cantidad de turistas	487	517	531	514	513
Grupos	61	65	66	64	64
Precio por grupo	1.359	1.359	1.359	1.359	1.359
Ingresos por venta anual	82.729	87.825	90.175	87.321	87.081

Tasa de crecimiento (%)		6,16%	9%	5,55%	5,26%
-------------------------	--	-------	----	-------	-------



La Tasa de Crecimiento, está de acuerdo a los porcentajes establecidos en décima segunda escuela de negocios para el flujo venta de los paquetes turísticos del destino Rurrenabaque, Madidi Pampas señalado en Plan de Negocio Villa Alcira 2012. Estudio que define de acuerdo al comportamiento cíclico que tiene el flujo turístico en el destino.

**h) Flujo de caja**

El flujo de caja ofrece información base para calcular el flujo total de beneficios finales que la inversión ha de producir y fruto de la operación turística en la comunidad a lo largo de los cinco años.

**Flujo de caja en bolivianos**

CONCEPTO	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		575.795	611.264	627.616	607.751	606.082
Costos	-39.500	340.380	362.700	368.280	357.120	357.120
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		235.415	248.564	259.336	250.631	248.962
Impuestos (25%)		58.854	62.141	64.834	62.658	62.240
UTILIDAD NETA		176.561	186.423	194.502	187.973	186.721
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-39.500</b>	<b>176.561</b>	<b>186.423</b>	<b>194.502</b>	<b>187.973</b>	<b>186.721</b>

**i) Distribución de utilidades**

La distribución de los beneficios, por la venta del paquete turístico “Petroglifos del Beo” con base en la forma de distribución de emprendimientos similares en el destino (Chalalán y Villa Alcira) será de la siguiente manera:

Nº	%	Promedio Año Bs.	Distribución	Destino
1	60	11.862	Costos proyecto	Todo lo que refiere a gastos operativos del proyecto e impositivos.
2	5	9.322	Fondo Social	Apoyo para actividades en bien de la comunidad, aniversarios, premios, mantenimiento de aulas, etc.
3	3	5.593	Emergencias	Fondo para ser utilizados exclusivamente en desastres naturales (incendios, inundaciones, etc.).
4	5	9.322	Contrapartes	Fondo destinado a gastos grupos de intercambio.

5	3	5.593	Ahorro	En una cuenta comunal ir depositando anualmente un monto para que sirva de capital de arranque para otros proyectos.
6	24	44.745	Dividendos	En asamblea general a fin de año entre todos los socios que participan en el proyecto se hace la división de las utilidades.

### 6.3. Modelo de gestión turística

Esta es una propuesta, que tiene como objetivo ser un instrumento ordenador y guía para la efectiva administración del proyecto, de tal a manera, de asegurar el éxito de la comunidad de Torehua cuando se decida adoptar al turismo comunitario como instrumento de desarrollo. Este instrumento ordenador contará con herramientas administrativas y de gestión que contribuyan y faciliten la labor de los emprendedores y de los principales actores del emprendimiento, en el marco de la preservación de la identidad de la región y de su patrimonio.

El éxito y/o efectividad del modelo de gestión propuesto solo podrá darse de cumplirse con el fundamento de todo modelo colectivo comunitario, orientado al VIVIR BIEN, y de atenderse a la propuesta realizada en el documento sobre no solo los roles y responsabilidades de los actores involucrados, la implementación de la cadena de valor sugerida, las alianzas estratégicas y herramientas de gestión recomendadas; sino sobre todo la voluntad de las partes involucradas e interesadas, sus valores culturales y el compromiso que deberán asumir ante los riesgos que puedan presentarse a lo largo de la duración del emprendimiento.

En este entendido, debe quedar claro que este modelo de gestión es solo una propuesta – resumen en lineamientos que indican lo que debería contemplar el Modelo de Gestión para llegar al éxito en emprendimientos de turismo comunitarios, pues para realizar un modelo de gestión es necesario realizar diagnósticos y determinar las causas de por qué los emprendimientos turísticos comunitarios fracasan en gran medida.

En base a las observaciones y análisis de la gestión de emprendimientos turísticos comunitarios de la región del Madidi (San miguel del Bala, Chalalán y Villa Alcira),

se hace evidente que no hay fórmulas ideales y universales de modelos de gestión turística ya que cada uno de ellos, especialmente los más exitosos, son fruto de un proceso de adaptación a las circunstancias específicas de cada emprendimiento: tipología del destino, importancia del turismo en la economía local, tejido asociativo sectorial, objetivos de política económica local, etc. Cuanto mayor es la adaptación, mayores son las posibilidades de éxito. En definitiva se trata de hacer “trajes a medida” y no confección en serie.

- Otra característica derivada de la anterior es que no son modelos cerrados, sino que son fruto de la combinación de soluciones concretas a los diversos ámbitos que definen cada modelo (jurídico, representativo, organizacional, financiero, etc.). Es por ello, que vemos casos reales con gran coincidencia en las soluciones dadas en el ámbito jurídico y en cambio con grandes diferencias en las respuestas dadas al ámbito financiero.
- Es a partir de este enfoque modular por ámbitos de actuación en donde el análisis de los casos e investigaciones realizadas nos permite obtener conclusiones y lecciones respecto a cada uno de ellos: su aplicabilidad, sus pros y contras y formulación recomendaciones que puedan servir de referencia a un emprendimiento que se plantee desarrollar o transformar su modelo de gestión turística. En el bien entendido que ha de desarrollar “su propio modelo” a partir de encontrar el enfoque y respuesta idónea a cada ámbito de actuación, para:
  - ✓ Que sea el modelo más adaptado a su realidad turística y socioeconómica
  - ✓ Que sea un modelo aplicable o “implementable”.

- ✓ Que sea flexible, que deje la puerta abierta a su adaptación a las necesidades futuras, derivadas tanto de cambios en el entorno como derivados de la propia evolución del modelo.

### **Modelo de Gestión Sostenible del Turismo Comunitario en Torehua**

#### ***Estructura Organizacional***

*La estructura organizacional que se propone es solo eso: una propuesta que, en el marco de lo que se entiende por turismo comunitario conduce a un relacionamiento equilibrado entre los principales interesados de este proyecto y de la inclusión de la comunidad indígena de Torehua como parte del Destino Turístico Madidi.*

*La definición de las funciones y competencias dentro de la Gestión turística comunitaria es un aspecto clave a tener en cuenta en el momento de establecer su estructura.*

*Los grandes ámbitos de competencia que asume un modelo de Gestión turística a nivel comunitario se podría dividirlos en los siguientes apartados:*

- 1) Planificación*
- 2) Toma de decisiones*
- 3) Promoción y Marketing.*
- 4) Información y atención al visitante.*
- 5) Manejo económico y administrativo*
- 6) Gestión de servicios.*
- 7) Mantenimiento*
- 8) Procesos de capacitación*

#### ***Funciones y ámbitos de competencia***

##### ***1) Planificación***

- *La planificación es importantísimo en el emprendimiento de turismo comunitario Torehua, aquí se debe lograr la participación en el diseño de una visión estratégica del desarrollo turístico de la comunidad, resulta imprescindible, ya que es la base sobre la que se desarrollará el Programa de acciones a realizar en todos los ámbitos de competencia: promoción, capacitación, información, atención al visitante, etc.*
- *Los resultados de la planificación deben ser plan estratégico a largo plazo, planes operativos a medio y corto plazo, sistemas de evaluación de los objetivos, indicadores, etc. La dimensión del destino y la importancia estratégica que tiene el turismo comunitario condiciona la complejidad de estos instrumentos.*
- *La planificación, bien puede ser llevado a cabo por la asamblea de socios de la comunidad (14 familias), pero orientado constante por el Técnico de turismo del PN ANMI Madidi, quien conoce la real situación de la comunidad del emprendimiento como tal.*

**2) Toma de decisiones**

- *Es necesario que se tenga un nivel de toma de decisiones, dentro lo que es este emprendimiento y donde los propios comunarios tengan esta potestad, por este motivo se ha visto por conveniente la conformación de un **Concejo de Administración Comunitario de Torehua**.*
- *Este Concejo estará conformado por el Gerente del emprendimiento, el Corregidor de la comunidad y el Director del Parque Madidi y el Presidente del CIPLA.*

**3) Promoción y Marketing.**

- *Hay que ser consiente que a este aspecto se le da muy poca importancia, se lo ve como un gasto más que una inversión, por lo que es necesario que en darle su lugar en el emprendimiento Torehua.*
- *Son este tipo de actividades las que despiertan más interés en el turista, aunque el proyecto señala que esta actividad estará anexos al PN ANMI Madidi, es necesario que alguien este permanentemente monitoreando e impulsando el marketing del Turismo Comunitario en Torehua.*

**4) Información y atención al visitante.**

- *Es clave que las personas que están en contacto con el turista este lo suficiente mente capacitado para brindar un excelente trato al turista, al momento de atender o informar al mismo, por lo que se debe capacitar permanentemente al los Guías, a los comunarios, niños y todos quienes están o no en contacto con el turista.*

**5) Manejo económico y administrativo**

- *El manejo administrativo, estará a cargo del gerente del emprendimiento que por cierto, será alguien de fuera de la comunidad, pues este aspecto es un punto muy delicado y que fueron causa de fracaso en los emprendimientos del destino Madidi (Mapajo, Chalalan, San Miguel del Bala, Villa Alcira) estos últimos tiene problema por ese asunto.*

**6) Gestión de servicios.**

- *Referido a que dentro de la gestión, tiene que haber alguien que esté a cargo de las reservas de hotel, en contacto permanente con los Guías, con la comunidad, organizando y coordinando los tours, hospedaje en la comunidad, la alimentación, etc.*

**7) Mantenimiento**

- *Del mismo modo, la comunidad debe estar organizada para realizar mantenimiento de los senderos, puentes, áreas de camping, señalización, etc.*

**8) Procesos de capacitación**

- *Esta será una tarea del Concejo de Administración, que gestionara ante instituciones involucradas con el turismo las capacitaciones pertinentes, además, será el equipo técnico del PN ANMI Madidi que apoyaría en gran manera a la capacitación permanente y donde los comunarios estarán plenamente comprometidos con este proceso.*

## 7. PRESUPUESTO GENERAL DEL PROYECTO DE GRADO

Nº	Línea de Acción Estratégica	Acciones o Proyectos	Presupuesto en Bs.
			<b>4.000,00</b>
I	Marketing y promoción de posicionamiento estratégico	Estructuración de un slogan turístico en desarrollo convivencia con indígenas	3.000,00
		Gestionar en el PN ANMI Madidi la inclusión en las acciones de promoción bajo la Marca Madidi.	1.000,00
			<b>6.200,00</b>
II	Reglamentación a la operación turística comunitaria	Alianza con el PN ANMI Madidi para establecer el Reglamento de Operación Turística de Torehua.	2.000,00
		Socialización del Reglamento entre comunarios y prestadores que operan en Torehua	4.200,00
			<b>6.900,00</b>
III	Organización para la eficiencia de la operación turística en el Madidi	Creación del "Comité Impulsor de Turismo del Madidi" para normar e impulsar el turismo en el A.P.	4.600,00
		Comité estará conformado por las operadoras, comunidades, Guardaparques y Guías de Turismo.	2.300,00
			<b>35.700,00</b>
IV	Capacitación y sensibilización turística comunitaria	Involucrar al (PN Madidi, Gobierno Municipal, Mancomunidad del Norte Paceño) para apoyo técnico para socialización y capacitación turística en Torehua.	5.200,00
		Definir la metodología de capacitación en trato al turista, servicio de hospedaje y alimentación.	30.500,00
			<b>32.000,00</b>
V	Intercambio de experiencias	Gestionar intercambio de experiencias (Viceministerio de Turismo, Mancomunidad del Norte Paceño, Gobierno Municipal y otros) con Torehua.	12.000,00
		Establecer un fondo comunal para contrapartes destinados a gastos para atención de estos grupos de intercambio.	20.000,00
			<b>20.400,00</b>
VI	Alianzas comerciales	Estructuración de paquetes turísticos y entregar a las operadoras para la comercialización.	15.000,00
		Realizar convenios con operadoras de Rurrenabaque y La Paz para la venta de paquetes turísticos bajo un porcentaje del precio del producto.	5.400,00
<b>TOTAL</b>			<b>105.200,00</b>

## 8. CONCLUSIÓN

El Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Madidi, constituye en la actualidad una de las áreas protegidas más importantes de Bolivia y del planeta. En su interior alberga un conjunto de recursos naturales y culturales de invaluable valor en materia de biodiversidad, ecosistemas, arqueología, usos y costumbre.

En este Parque Nacional se encuentra la comunidad indígena de Torehua de origen quechua, familias sumidas en una profunda pobreza que viven gracias a los recursos que el bosque les brinda, situación suficiente que justifica la definición de estrategias turísticas que guíen el accionar en materia de turismo, de tal manera de que toda acción este enmarcado en los lineamientos definidos en la presente propuesta, sin olvidar que según el diagnóstico focalizado realizado con participación de los propios comunarios, se debe diseñar e implementar el producto turístico “La Ruta de los Petroglifos del Beu”, por mostrar la diferencia respecto al turismo tradicional del Madidi.

Sin olvidar que la sensibilidad del turismo, por lo que la presente estrategia muestra un conjunto de acciones para promover un turismo de calidad y sustentable en la comunidad de Torehua, pero siempre respetando los instrumentos de gestión turística del PN Madidi..

La presente estrategia es el resultado de la participación de los actores claves, quienes aportaron con sus ideas y observaciones respecto a la propuesta, de donde se puede definir, que para posicionar a la comunidad hay que convertirse en aliados de la conservación.

Es así que este documento se convierte en uno de los primeros que guiarán la actividad del turismo al interior de la comunidad.

## 9. RECOMENDACIONES

Las siguientes recomendaciones están orientadas a la implementación del conjunto de acciones y proyectos que este documento presenta:

- A la Dirección del PN-ANMI Madidi, que incluya en las actividades futuras a la comunidad de Torehua en sus instrumentos de gestión así como en proyectos y financiamientos al respecto.
- Poner en práctica no solo las estrategias que fijan proyecto e inversiones, sino también la estrategia de posicionamiento, especialmente al interactuar con dirigentes y comunarios.
- Otra necesidad es que se realice una inventariación y registro de los atractivos turísticos del área protegida, que bien lo puede realizar el cuerpo de protección previa capacitación, esto para determinar el Patrimonio Turístico de la comunidad de Torehua.
- Es urgente la conformar una Unidad Técnica Interinstitucional de Turismo - Destino Madidi para que se pueda impulsar una gestión del turismo en la región bajo la MARCA MADIDI donde las comunidades estén representadas y tengan voz y voto.
- A las autoridades comunales de Torehua, que gestionen ante el PN Madidi, apoyo técnico para capacitaciones en turismo para las familias de Torehua.



## 10. BIBLIOGRAFÍA

- DECRETO SUPREMO N° 24781; “Reglamento General de Áreas Protegidas” julio 1997.
- DECRETO SUPREMO N° 28591; “Reglamento General de Operación Turística en Áreas Protegidas” enero 2016.
- DIAGNOSTICO COMUNIDAD DE TOREHUA, San Buenaventura 2015.
- ESCOBAR, Flower David; “Turismo Sostenible - Instrumento para el Desarrollo Rural”. La Paz Bolivia 2010.
- FUNDACION PUMA; “Plan de Negocios – Villa Alcira” Proyecto. Villa Alcira, La Paz 2012.
- GOBIERNO MUNICIPAL SAN BUENAVENTURA; “Plan de Desarrollo Municipal – San Buenaventura”. San Buenaventura 2014.
- GUTIERREZ, Adauto Jorge Antonio; “Ecoturismo Comunitario” La Paz – Bolivia.
- INSTITUTO DE INVESTIGACION, CONSULTORIA Y SERVICIOS TURISTICOS “Guía para la Elaboración del proyecto de Grado en Turismo” Universidad Mayor de San Andrés 2012.
- INSTITUTO DE INVESTIGACION, CONSULTORIA Y SERVICIOS TURISTICOS “Programa de Sensibilización Turística en la Ciudad de la Paz” Universidad Mayor de San Andrés 2013.
- JIMENES, Melgar Roció “Implementación del Circuito Turístico Maije – Arana – Tuichi”. Proyecto de Grado. San Buenaventura 2017.
- LEY DE TURISMO 292 “Bolivia Te Espera”. La Paz – Bolivia 2013.
- MEJIA, Ibáñez Raúl; “Metodología de la Investigación”. La Paz - Bolivia 1999.
- MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y AGUA, SERVICIO NACIONAL DE ÁREAS PROTEGIDAS; “Reglamento de Operación Turística Especifico del Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Madidi”, San Buenaventura 2012.

- MINISTERIO DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y PLANIFICACION “Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Madidi” San Buenaventura 2003.
- PARQUE NACIONAL Y AREA NATURAL DE MANEJO INTEGRADO MADIDI; “Propuesta – Estrategia de Turismo para el PN ANMI Madidi”. San Buenaventura 2016.
- PARQUE NACIONAL Y AREA NATURAL DE MANEJO INTEGRADO MADIDI; “Programa de Monitoreo Integral (PMI) – PN-ANMI Madidi” 2015.
- PEREZ, Millares Carlos; La Implementación del Ecoturismo en Áreas Protegidas” La Paz – Bolivia 2008.
- PAZ, Pérez Montoya María; “Turismo Comunitario y Desarrollo Rural” Lima Perú 2013.
- SERNAP; “Programa de Monitoreo Integral – PN ANMI Madidi” La Paz Bolivia 2014.
- SERNAP - RESOLUCION ADMINISTRATIVA 115; “Reglamento de Operación Turística Específico del Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Madidi” La Paz – Bolivia 2016.
- TRABAJO DE CAMPO GTI-CIPLA, 2008.
- VICEMINISTERIO DE TURISMO “Plan Nacional de Turismo 2012-2016”.Naci
- VICEMINISTERIO DE TURISMO; “Manual de Gestión Turística a Nivel Local”, 2001.
- SERVICIO NACIONAL DE AREAS PROTEGIDAS; “Estrategia para el Desarrollo del Turismo en el Región del Madidi y Pílon Lajas” La Paz, 2013.
- Rodríguez, Alfredo; “Fortalecimiento del Turismo de Naturaleza en El Destino Rurrenabaque” Rurrenabaque 2010.
- SERVICIO NACIONAL DE AREAS PROTEGIDAS; “Plan de Manejo” La Paz – Bolivia 2005
- VICEMINISTERIO DE TURISMO; “Lineamientos Estratégicos para la Consolidación del Destino Turístico Integral Madidi 2014-2022” La Paz 2014.

- PLANIFICACION TURISTICA (s.f.) Recuperado el 30 de agosto 2017 de <http://www.entornoturístico.com>
- QUE ES LA CAPACITACIÓN (s.f) Recuperado el 1 de septiembre 2017 de <http://www.forodeseguridad.c/artic/rrhh/7011.htm>
- CONCEPTOS Y GENERALIDADES (s.f) Recuperado el 5 de septiembre 2017 de <http://www.sites.google.com/site/serviciostur/conceptos-st>
- REVUELTA, Jorge (2010). La Calidad en los Servicios Turísticos. Recuperado el 6 de septiembre 2017 de <http://www.valderrediblesostenible.squarespace.com/blog/2010/6/9la-calidad-en-el-servicio-turistico.html>

# ANEXOS

# **ANEXO 1**

## **INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

## **ANEXO 2**

# **FICHAS DE INVENTARIACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

## **ANEXO 3**

### **ENTREVISTAS**

## **ANEXO 4**

# **DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO**



## **ANEXO 5**

# **TRABAJO DE CAMPO**

## **ANEXO 6**

# **ENCUESTAS**

## **ANEXO 7**

# **SOLICITUD DEL PROYECTO**