

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD HUMANIDADES Y CS. DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO



EL ANDINISMO Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO SOCIAL
DE LA COMUNIDAD DE LLAULLINI ALEDÑA AL NEVADO HUAYNA
POTOSÍ EN EL AÑO 2011

Tesis de grado presentado para lo obtención del Grado de Licenciatura.

POR: WILSON ÁNGEL SANGALLI MEDRANO.

TUTOR: LIC. JOSÉ HIDALGO QUEZADA

La Paz – Bolivia
Julio 2016

DEDICATORIA

A las montañas que no solamente son bloques rocosos de la tierra, sino son la suma de su majestuosidad, de su belleza y del sentimiento que le damos los montañistas. Las montañas son templos de encuentro del hombre consigo mismo y con la naturaleza más soberbia. Por eso debemos conservarlas y preservarlas.

Sebastián Álvaro Alpinista español

Si alguien me preguntara ¿cuál es la utilidad de intentar escalar el pico más alto del mundo?, debería decirles que ninguna. Simplemente la gratificación de un impulso, el deseo indómito de descubrir lo inexplorado que late en el corazón del hombre.

George L. Mallory 1924

AGRADECIMIENTOS

Expreso mis agradecimientos a todas aquellas personas que han colaborado con la realización de la presente tesis de grado.

Manifiesto mis agradecimientos a las siguientes personas:

Al Lic. José Hidalgo Quezada tutor de la presente tesis, por sus importantes recomendaciones y aportes realizados para la realización y conclusión de la misma.

A la Lic. Ilsen Gutiérrez Castellón, Lic. Maribel Zapana y Lic. Ivonne Vera por su apoyo en la parte metodológica de la tesis de grado.

A Dios por su infinito amor y a mi familia, por su constante apoyo en todos aquellos momentos difíciles que tuvimos. Mi madre, mis hermanas (os). Y en especial a mi padre que desde el cielo estará feliz viendo culminar este gran paso de mi carrera profesional.

Asimismo, dedico este esfuerzo a todos aquellos que creen que las actividades turísticas en la región cordillera, pueden contribuir con el desarrollo de las comunidades aledañas a las mismas.

A los pobladores de la comunidad de Llaullini por su predisposición al brindar la información requerida en la presente tesis de grado.

A las autoridades de turismo regionales, municipales y locales.

- Sra. María Teresa Chávez V. - Asesora de la Agencia para el Desarrollo Turístico de La Paz Maravillosa - GAM - LP
- Lic. Miriam Catari Condori - Directora de Turismo - GAD - LP
- Lic. María E. Romero Ramírez - Analista Técnico - SUB ALCALDIA M-D/9

A los guías de montaña por su colaboración brindando información.

ÍNDICE	Pág.
GLOSARIO	I
RESUMEN	II
SUMMARY	III
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN	1
1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.2.1 Identificación del problema	3
1.2.2 Descripción del problema	4
1.2.3 Formulación del problema	6
1.3 OBJETIVOS	7
1.3.1 Objetivo general	7
1.3.2 Objetivos específicos	7
1.4 JUSTIFICACIÓN	7
1.4.1 Justificación Social	7
1.4.2 Justificación Teórica	9
1.4.3 Justificación Metodológica	10
1.5 FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS	11
1.6 DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE VARIABLES	11
1.6.1 Andinismo	11
1.6.2 Desarrollo social	11
1.7 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	12
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	iError! Marcador no definido.
2.1 ANTECEDENTES	13
2.1.1 Investigaciones de turismo de alta montaña (Alpinismo) en el exterior	14
2.1.2 Investigaciones de turismo de alta montaña (Andinismo) en Bolivia	19
2.2 BASES TEÓRICAS	21
2.2.1 El turismo	21
2.2.2 Turismo de aventura	22
2.2.3 Tipos de turismo de aventura	23
2.2.3.1 Aventura Hard o Extrema	23

2.3 EL ANDINISMO COMO ACTIVIDAD TURÍSTICA	24
2.3.1 Elementos componentes de la práctica del Andinismo.....	31
2.3.1.1 Conocimientos Técnicos	31
2.3.1.2 Estado Físico y Psíquico	31
2.3.1.3 Equipo Especializado.....	31
2.3.2 Evolución de la actividad del Andinismo	32
2.4 TEORIAS Y ENFOQUES DEL DESARROLLO	35
2.4.1 Enfoque económico de Desarrollo.....	36
2.4.2 Enfoque social de Desarrollo	38
2.4.3 Enfoque Ambiental de Desarrollo.....	40
2.4.3.1 Principios de Sostenibilidad.	43
2.4.4 Enfoque del desarrollo humano.	45
2.4.5 Desarrollo social como mejor alternativa para el turismo de montaña	48
2.5 Modelos de desarrollo en Bolivia antes del año 2006.....	48
2.6 Bolivia y el actual modelo de desarrollo	55
2.7 Análisis de los modelos de desarrollo turístico en Bolivia	62
CAPÍTULO III ASPECTOS GENERALES DEL DESTINO (Diagnóstico)	69
3.1 ASPECTOS SOCIO ECONÓMICOS DEL DESTINO	69
3.1.1 Aspectos generales del destino.....	69
3.1.2 Ubicación geográfica	69
3.1.3 Aspectos Físicos- naturales de la zona de estudio	70
3.1.4 Características climatológicas de la zona	71
3.1.5 Aspectos culturales.....	71
3.1.6 Expresiones culturales	72
3.2 ACCESIBILIDAD A SERVICIOS BÁSICOS EN EL DESTINO	72
3.2.1 Servicio de Agua Potable	72
3.2.2 Servicio de Energía Eléctrica.....	73
3.2.3 Servicios de Alcantarillado Público	74
3.2.4 Red de Comunicaciones	75
3.2.5 Servicio a la salud Pública	76
3.2.6 Acceso a la educación.....	78
3.2.7 Seguridad Ciudadana.....	80
3.3 VOCACIONES ECONÓMICAS DEL DESTINO	81

3.3.1 Vocación económica del Macrodistrito.....	81
3.4 EMPLEOS GENERADOS POR LA OPERACIÓN TURÍSTICAS DEL ANDINISMO EN EL DESTINO	82
3.5 OPERACIÓN TURÍSTICA EN EL DESTINO PRODUCTO HUAYNA POTOSÍ	83
3.5.1 Accesibilidad	83
3.5.2 Caminos y vías de acceso	85
3.5.3 Servicios de transporte	85
3.5.4 Operadores turísticos.....	86
3.5.5 Servicio de hospedaje.....	87
3.5.5.1 Agencias de viajes que invirtieron en la construcción de refugios en el destino	88
3.5.5.2 Características de los refugios de iniciativa privada	88
3.5.5.3 Refugios de iniciativa comunitaria.....	94
3.5.5.4 Características de los refugios de iniciativa comunitaria.....	95
3.5.6 Identificación de actividades realizadas en el destino.....	96
3.5.7 Identificación de servicios ofertados por la comunidad.....	98
3.5.7.1 Servicios de alimentación	98
3.5.7.2 Servicios Complementarios.....	99
3.5.8 Flujo Turístico en el destino	99
3.5.9 Características de la demanda.....	101
3.5.10 Estacionalidad del turismo de montaña	103
3.5.11 Formación de guías de montaña	103
CAPÍTULO IV MARCO METODOLÓGICO	106
4.1 ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN	106
4.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	108
4.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	110
4.3.1 Muestreo por cuotas.....	112
4.3.2 Muestreo de sujetos tipo.....	113
4.3.3 Muestreo de expertos	114
4.4 CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN AMBIENTE GEOGRÁFICO.....	115
4.4.1 Ambiente temporal de estudio.....	116
4.5 Técnicas e instrumentos de investigación	116
4.5.1 Fichas de investigación documental	116
4.5.2 Registro de observación no estructurado	117

4.5.3 Cuestionario (Dirigida a la población de Llaullini).....	117
4.5.4 Guía con preguntas y respuestas estructuradas.....	118
4.5.5 Cuestionario (Dirigida a Guías de montaña)	120
CAPÍTULO V ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	122
5.1 RESULTADOS OBTENIDOS CON EL PRIMER INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS - CUESTIONARIO DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE LLAULLINI	122
5.1.1 Datos generales de identificación – Edades de la población consultada.....	122
5.1.2 Condición civil de la muestra consultada	123
5.1.3 Género de la población consultada	124
5.1.4 Identificación de las principales actividades económicas - ¿Cuál de estas actividades es su principal actividad económica?.....	125
5.1.5 A ¿qué otra actividad económicas se dedica a parte de la mencionada anteriormente?	126
5.1.6 En el ámbito del desarrollo social ¿cuál de estas actividades aportó mayores beneficios para su comunidad?	127
5.1.7 Importancia de la actividad turística en el destino - ¿Considera que el Andinismo es una actividad económica importante para su comunidad?	129
5.1.8 Podría mencionar en ¿qué ámbito de la operación turística participa?	130
5.1.9 ¿Cuántas horas al día trabaja en la prestación de servicios turísticos?.....	131
5.1.10 ¿Cuántos días a la semana trabaja en este rubro?	132
5.1.11 ¿En qué temporada trabaja?	133
5.1.12 ¿Cuánto gana al mes por trabajar en este rubro?	134
5.1.13 ¿Cuántos de sus familiares trabajan en turismo?	136
5.1.14 Indique ¿qué empleos genera la actividad turística en el destino?.....	137
5.1.15 ÁMBITO DE COMERCIALIZACIÓN - ¿Cómo enlaza su servicio al producto final? (cómo vende su producto o servicio).....	138
5.1.16 Tiene alianzas comerciales con el sector público y privado	139
5.1.17 Indique ¿cómo promociona su producto y/o servicio en el mercado?	140
5.1.18 Ámbito social – nivel social - ¿Qué mejoras sociales percibe en su comunidad, gracias a la presencia de la actividad turística del Andinismo?.....	141
5.1.19 ¿Ha mejorado su calidad de vida desde que incursionó en la actividad turística del Andinismo?	142
5.1.20 ¿De qué manera se beneficia la comunidad de la actividad turística?	143
5.1.21 Con la incursión en el turismo pudo mejorar las condiciones de estudio de sus hijos (a)	144

5.1.22 ¿Con la incursión en la actividad turística posee más recursos para acceder a mejor atención médica?	145
5.1.23 ¿Cómo valora su estatus social en la actualidad a comparación con los anteriores años?.....	146
5.1.24 NIVEL SERVICIOS BÁSICOS - Indique a ¿cuáles de estos servicios básicos tiene acceso?	147
5.1.25 ¿Hace cuanto tiempo tiene acceso a los mismos?	148
5.1.26 Considera que el turismo coadyuvó para el acceso a los servicios básicos	149
5.1.27 Nivel cultural - ¿Qué problemas culturales produjo la actividad turística para los habitantes de su comunidad, en especial en la población joven?.....	150
5.1.28 NIVEL EDUCATIVO - ¿Cuál es el nivel educativo que tiene?.....	151
5.1.29 ¿Recibió cursos de capacitación para la prestación de servicios turísticos?.....	152
5.1.30 ¿Qué institución se encargó de realizar la misma?	153
5.1.31 ¿La capacitación realizada por esta institución le ha permitido acceder a nuevas oportunidades laborales.	154
5.1.32 Tomó algún curso para aprender un idioma extranjero?.....	155
5.1.33 ÁMBITO AMBIENTAL - ¿Cómo percibe las condiciones ambientales del nevado Huayna Potosí.	156
5.1.34 Indique ¿qué efectos positivos genera la existencia de actividad turística en el destino?	157
5.1.35 Señale los efectos negativo que genera la actividad turística	158
5.1.36 En el Huayna Potosí ¿existe algún tratamiento de residuos sólidos y líquidos? (Basura y desagüe).....	159
5.1.37 ¿Quién o qué institución se encarga de realizar el mismo?	160
5.1.38 La actividad turística ha producido cambios en el comportamiento de la flora y fauna de la región.....	161
5.1.39 ¿Tiene una tienda o puesto de venta donde oferte productos (alimentos y bebidas) para los turistas?.....	162
5.1.40 Aproximadamente ¿cuánto de ingreso le genera esto al mes?	163
5.1.41 ¿Realiza artesanías para poder venderlas?	164
5.2 RESULTADOS OBTENIDOS CON EL SEGUNDO INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS - CUESTIONARIO DIRIGIDA A LOS GUÍAS DE MONTAÑA	166
5.2.1 Datos generales de identificación – Rango de edades de los guías de montaña ...	166
5.2.2 Identificación del género.....	167
5.2.3 Identificación de la condición civil.....	168
5.2.4 Residencia de los guías de montaña	169

5.2.5 Nacionalidad de los guías de montaña	170
5.2.6 ÁMBITO – IDENTIFICACIÓN DE LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL DESTINO - Señale ¿Cuáles son las principales actividades turísticas realizadas en el Huayna Potosí?.....	171
5.2.7 ÁMBITO – ANDINISMO CARACTERÍSTICAS - TÉCNICAS - Señale ¿cuáles de estas técnicas de escalada en nieve y hielo conoce?.....	172
5.2.8 ¿Qué cursos de montaña ha realizado para ser guía de montaña?	173
5.2.9 Preparación física - ¿Cómo realiza el proceso de aclimatación para los turistas que escalan el Huayna Potosí?.....	174
5.2.10 ¿Qué tipo de ejercicios realiza para la práctica del Andinismo?	175
5.2.11 La preparación física la realiza en:	175
5.2.12 EQUIPO ESPECIALIZADO - ¿Existen tiendas donde se pueda comprar y/o alquilar el equipo requerido para ascenso de montañas en las ciudades próximas?	177
5.2.13 ¿Cuántas tiendas especializadas en este rubro existen?	178
5.2.14 ¿Cómo calificaría la calidad de los equipos alquilados para el ascenso a las montañas.....	179
5.2.15 ÁMBITO - OPERACIÓN TURÍSTICA - Aproximadamente ¿Cuántas agencias de viaje especializadas en turismo de montaña existen en La Paz?	180
5.2.16 Señale ¿Cuántos turistas por día conduce al nevado Huayna Potosí en temporada?.....	181
5.2.17 Señale ¿Cuántos grupos de turistas escalan el Huayna Potosí por temporada? .	183
5.2.18 Indique ¿Cómo los refugios asentados en el destino, enlazan su producto y/o servicios al paquete organizado por una agencia de viajes?.....	185
5.2.19 ¿Qué tipo de transporte usan las agencias de viaje para el traslado del turista al destino?	186
5.2.20 ¿En el tema de alimentación, a quienes contratan las agencias de viajes para la prestación de dicho servicio?	187
5.2.21 Los guías de montaña que contratan las agencias de viajes son:	188
5.2.22 ¿En qué ámbitos de la prestación de servicios turísticos participa la población de Llaullini en el destino Huayna Potosí?.....	189
5.2.23 ¿Cuales son las mejoras de infraestructura turística que percibe en el Destino Huayna Potosí en estos últimos 5 años?	190
5.2.24 Señales ¿Cómo la actividad del Andinismo ha contribuido al desarrollo social de la comunidad de Llaullini, en el Huayna Potosí?	191
5.2.25 Señale ¿Qué tipo de proyectos deberían priorizarse para el desarrollo del turismo de montaña?	192

5.2.26	ÁMBITO REMUNERACION DEL GUIA DE MONTAÑA - De acuerdo a su formación profesional usted es un guía	193
5.2.27	¿Cada cuánto tiempo realiza un ascenso al nevado Huayna Potosí?	194
5.2.28	Aproximadamente ¿cuánto cobra por su servicio de guía de montaña al Huayna Potosí?	196
5.2.29	El cobro que realiza por la prestación de servicios como guía de montaña es por	197
5.2.30	¿Cuánto gana (propinas) por guiar un grupo de turistas al nevado Huayna Potosí?	198
5.2.31	¿Las agencias que lo contratan le brindan algún seguro contra accidentes que podrían ocurrir mientras desempeña su trabajo?.....	199
5.2.32	Del 100% del cobro que realiza una agencia de viaje para la organización de un paquete turístico, señale cómo se distribuye el mismo en términos porcentuales para la organización de dicho paquete?	200
5.2.33	Aproximadamente ¿Cuánto cuesta un paquete turístico todo incluido para escalar el Huayna Potosí?	201
5.2.34	Indique por orden de importancia ¿Qué medidas se deberían tomar para mejorar las condiciones laborales de los guías de montaña?	202
5.3	RESULTADOS OBTENIDOS CON EL TERCER INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS – ENTREVISTA DIRIGIDA AUTORIDADES REGIONALES, MUNICIPALES Y DEPARTAMENTALES ENCARGADAS DEL ÁMBITO TURÍSTICO.....	203
5.4	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS CON EL PRIMER INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN (Cuestionario - población)	212
5.5	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS CON EL SEGUNDO INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN (Cuestionario – guías de montaña)	217
5.6	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS CON EL TERCER INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN (Entrevista)	222
CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		225
6.1	CONCLUSIONES.....	225
6.1.1	LOGRO DEL OBJETIVO GENERAL	225
6.1.2	LOGRO DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS	226
6.2	COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS	228
6.3	RECOMENDACIONES.....	237
BIBLIOGRAFÍA		241
ANEXOS		250

ÍNDICE DE GRÁFICOS

PÁG.

Gráfico Nº 1 Tendencias del Turismo según la OMT.....	177
Gráfico Nº 2 Cifras del Turismo según la OMT.....	21
Gráfico Nº 3 Conexión de agua potable PDM LP.....	72
Gráfico Nº 4 conexión a la red de alcantarillado.....	75
Gráfico Nº 5 Acceso a la educación.....	79
Gráfico Nº 6 Ubicación geográfica del destino.....	80
Gráfico Nº 7 Flujo de llegada de visitantes según vía aérea.....	84
Gráfico Nº 8 Andinismo en Bolivia y su participación a nivel regional.....	97
Gráfico Nº 9 Trekking en Bolivia y su participación a nivel regional.....	97
Gráfico Nº 10 Ciclismo de montaña en Bolivia y su participación a nivel regional.....	98
Gráfico Nº 11 Edad de la muestra consultada.....	122
Gráfico Nº 12 Condición civil de la muestra consultada.....	123
Gráfico Nº 13 Género de la muestra consultada.....	124
Gráfico Nº 14 Principal actividad económica.....	125
Gráfico Nº 15 Actividad económica secundaria de población.....	126
Gráfico Nº 16 Aporte de las actividades al desarrollo social.....	128
Gráfico Nº 17 Importancia de la actividad turística del Andinismo.....	129
Gráfico Nº 18 Participación en la operación turística del Andinismo.....	130
Gráfico Nº 19 Horas que trabaja en la prestación de servicios turísticos.....	131
Gráfico Nº 20 Nº de días que trabaja en la prestación de servicios turísticos.....	132
Gráfico Nº 21 Temporada de trabajo.....	133
Gráfico Nº 22 Comparación de Ingresos entre prestadores de servicios y personas que no participan en turismo.....	135
Gráfico Nº 23 Nº de familiares que trabajan en turismo.....	136
Gráfico Nº 24 Principales empleos generados por el turismo.....	137
Gráfico Nº 25 Forma de enlace del producto y/o servicio al producto final.....	138
Gráfico Nº 26 Alianzas con el sector público y privado.....	139
Gráfico Nº 27 Medios de promoción del producto y/o servicio.....	140
Gráfico Nº 28 Mejoras sociales generadas por el Andinismo.....	141

Gráfico Nº 29	Calidad de vida de las personas que incursionaron en el Andinismo.....	142
Gráfico Nº 30	Beneficios que obtiene la comunidad de la actividad turística.....	143
Gráfico Nº 31	Mejora de las condiciones de estudio.....	144
Gráfico Nº 32	Mejoras de recursos económicos para el acceso a la atención médica...	145
Gráfico Nº 33	Valoración del estatus social.....	146
Gráfico Nº 34	Accesibilidad a los servicios básicos en el destino.....	147
Gráfico Nº 35	Accesibilidad a los servicios básicos en el destino.....	148
Gráfico Nº 36	El Andinismo coadyuvó para el acceso de los mismos.....	149
Gráfico Nº 37	Identificación de los problemas sociales generados por el Andinismo...	150
Gráfico Nº 38	Identificación del nivel educativo de la población local.....	151
Gráfico Nº 39	Capacitación turística recibida en la población.....	152
Gráfico Nº 40	Identificación de instituciones que realizaron la capacitación en el destino.....	153
Gráfico Nº 41	Capacitación turística y nuevas oportunidades laborales.....	154
Gráfico Nº 42	Conocimiento de un idioma extranjero.....	155
Gráfico Nº 43	Condiciones ambientales del destino.....	156
Gráfico Nº 44	Efectos positivos que genera el turismo.....	157
Gráfico Nº 45	Efectos negativos que genera el turismo.....	158
Gráfico Nº 46	Tratamiento de residuos sólidos y líquidos.....	159
Gráfico Nº 47	Identificación de la institución que realiza el tratamiento de residuos....	160
Gráfico Nº 48	Cambios producidos en el comportamiento de la flora y fauna en el destino.....	161
Gráfico Nº 49	Otras actividades económicas ligadas al turismo.....	162
Gráfico Nº 50	Ingresos generados por la venta de alimentos y bebidas.....	163
Gráfico Nº 51	Elaboración de artesanías.....	164
Gráfico Nº 52	Edades.....	166
Gráfico Nº 53	Género.....	167
Gráfico Nº 54	Condición civil.....	168
Gráfico Nº 55	Residencia.....	169
Gráfico Nº 56	Nacionalidad.....	170
Gráfico Nº 57	Identificación de las principales actividades turísticas.....	171

Gráfico Nº 58 Conocimiento de técnicas de escalada.....	172
Gráfico Nº 59 Curso de montaña realizado.....	173
Gráfico Nº 60 Proceso de aclimatación de los turistas.....	174
Gráfico Nº 61 Identificación de tipos de ejercicios.....	175
Gráfico Nº 62 ¿Dónde realiza la preparación física?.....	176
Gráfico Nº 63 Tiendas especializadas.....	177
Gráfico Nº 64 Nº de tiendas especializadas en Andinismo.....	178
Gráfico Nº 65 Calidad del equipo disponible en el mercado.....	179
Gráfico Nº 66 Nº de agencias especializadas en turismo de montaña.....	180
Gráfico Nº 67 Nº de turistas en temporada alta.....	181
Gráfico Nº 68 Nº de turistas en temporada baja.....	182
Gráfico Nº 69 Nº de grupo de turistas que escalan en temporada alta.....	183
Gráfico Nº 70 Nº de grupo de turistas que escalan en temporada baja.....	184
Gráfico Nº 71 Forma de enlazar el servicios de hospedaje al paquete turístico final	185
Gráfico Nº 72 Tipo de transporte usado para la operación turística.....	186
Gráfico Nº 73 Identificación de prestadores de servicio de alimentación.....	187
Gráfico Nº 74 Identificación del tipo de guías que se contratan.....	188
Gráfico Nº 75 Identificación del ámbito de participación de la población local.....	189
Gráfico Nº 76 Identificación de las mejoras en infraestructura turística.....	190
Gráfico Nº 77 Contribución del Andinismo al desarrollo social.....	191
Gráfico Nº 78 Identificación de proyectos prioritarios en el destino.....	192
Gráfico Nº 79 Tipos de guías que trabajan en el destino.....	193
Gráfico Nº 80 Frecuencias de ascenso al Huayna Potosí en temporada alta.....	194
Gráfico Nº 81 Frecuencias de ascenso al Huayna Potosí en temporada baja.....	195
Gráfico Nº 82 Costo por ascenso al Huayna Potosí expresado en \$us.....	196
Gráfico Nº 83 Características del cobro realizado.....	197
Gráfico Nº 84 sueldos vs propinas.....	198
Gráfico Nº 85 Seguro contra accidentes.....	199
Gráfico Nº 86 Estructura de costos de operación de un paquete turístico.....	200
Gráfico Nº 87 Costo total del paquete turístico al Huayna Potosí.....	201

ÍNDICE DE CUADROS**PÁG.**

Cuadro Nº 1 Macrodistrito 9 Zongo.....	..4
Cuadro Nº 2 Acceso al servicios de Luz eléctrica.....	74
Cuadro Nº 3 Acceso al servicio de salud pública.....	78
Cuadro Nº 4 Nivel de instrucción en la población.....	79
Cuadro Nº 5 Identificación de la vocación del Macrodistrito.....	82
Cuadro Nº 6 Población empadronada en el censo 2012 en la comunidad de Llaullini...	111
Cuadro Nº 7 Establecimiento de cuotas para la muestra.....	113
Cuadro Nº 8 Muestra sujeto tipo para la entrevista.....	114
Cuadro Nº 9 Edades de la población consultada.....	122
Cuadro Nº 10 Condición civil de la población consultada.....	123
Cuadro Nº 11 Género de la muestra consultada.....	124
Cuadro Nº 12 Principal actividad económica.....	125
Cuadro Nº 13 Actividad económica secundaria de población.....	126
Cuadro Nº 14 Aporte de las actividades al desarrollo social de la comunidad.....	127
Cuadro Nº 15 Importancia de la actividad turística del Andinismo.....	129
Cuadro Nº 16 Participación en la operación turística del Andinismo.....	130
Cuadro Nº 17 Horas que trabaja en la prestación de servicios turísticos.....	131
Cuadro Nº 18 Días que trabaja en la prestación de servicios turísticos.....	132
Cuadro Nº 19 Temporada de trabajo.....	133
Cuadro Nº 20 Ingresos de los prestadores de servicios turísticos en Llaullini.....	134
Cuadro Nº 21 Número de familiares que trabajan en turismo.....	136
Cuadro Nº 22 Empleos generados por la actividad turística.....	137
Cuadro Nº 23 Forma de enlace del producto y/o servicio al producto final.....	138
Cuadro Nº 24 Alianzas con el sector público y privado.....	139
Cuadro Nº 25 Medios de promoción del producto y/o servicio.....	140
Cuadro Nº 26 Mejoras sociales generadas por el Andinismo.....	141
Cuadro Nº 27 Calidad de vida de las personas que incursionaron en el Andinismo.....	142
Cuadro Nº 28 Beneficios que obtiene la comunidad de la actividad turística.....	143

Cuadro Nº 29 Mejora de las condiciones de estudio.....	144
Cuadro Nº 30 Mejoras de recursos económicos para el acceso a la atención médica...	145
Cuadro Nº 31 Valoración del estatus social.....	146
Cuadro Nº 32 Accesibilidad a los servicios básicos en el destino.....	147
Cuadro Nº 33 Cuánto tiempo tiene acceso a los servicios básicos.....	148
Cuadro Nº 34 El Andinismo coadyuvó para el acceso de los mismos.....	149
Cuadro Nº 35 Identificación de los problemas sociales generados por el Andinismo....	150
Cuadro Nº 36 Identificación del nivel educativo de la población local.....	151
Cuadro Nº 37 Capacitación turística recibida en la población.....	152
Cuadro Nº 38 Identificación de instituciones que realizaron la capacitación en el destino.....	153
Cuadro Nº 39 Capacitación turística y nuevas oportunidades laborales.....	154
Cuadro Nº 40 Conocimiento de un idioma extranjero.....	155
Cuadro Nº 41 Condiciones ambientales del destino.....	156
Cuadro Nº 42 Efectos positivos que genera el turismo.....	157
Cuadro Nº 43 Efectos negativos que genera el turismo.....	158
Cuadro Nº 44 Tratamiento de residuos sólidos y líquidos.....	159
Cuadro Nº 45 Identificación de la institución que realiza el tratamiento de residuos....	160
Cuadro Nº 46 Cambios producidos en el comportamiento de la flora y fauna en el destino.....	161
Cuadro Nº 47 Otras actividades económicas ligadas al turismo.....	162
Cuadro Nº 48 Ingresos generados por la venta de alimentos y bebidas.....	163
Cuadro Nº 49 Elaboración de artesanías.....	164
Cuadro Nº 50 Edades de los guías de turismo consultados.....	166
Cuadro Nº 51 Género.....	167
Cuadro Nº 52 Condición civil.....	168
Cuadro Nº 53 Residencia.....	169
Cuadro Nº 54 Nacionalidad.....	170
Cuadro Nº 55 Identificación de las principales actividades turísticas desarrolladas en el destino.....	171
Cuadro Nº 56 Conocimiento de técnicas de escalada.....	172

Cuadro Nº 57 Curso de montaña realizado para ser guía de montaña.....	173
Cuadro Nº 58 Proceso de aclimatación de los turistas.....	174
Cuadro Nº 59 Identificación de tipos de ejercicios.....	175
Cuadro Nº 60 ¿Dónde realiza la preparación física?.....	176
Cuadro Nº 61 Tiendas especializadas.....	177
Cuadro Nº 62 Nº de tiendas especializadas en Andinismo.....	178
Cuadro Nº 63 Calidad del equipo disponible en el mercado.....	179
Cuadro Nº 64 Nº de agencias especializadas en turismo de montaña.....	180
Cuadro Nº 65 Nº de turistas en temporada alta.....	181
Cuadro Nº 66 Nº de turistas en temporada baja.....	182
Cuadro Nº 67 Nº de grupo de turistas que escalan en temporada alta.....	183
Cuadro Nº 68 Nº de grupo de turistas que escalan en temporada baja.....	184
Cuadro Nº 69 Forma de enlazar el servicios de hospedaje al paquete final.....	185
Cuadro Nº 70 Tipo de transporte usado para la operación turística.....	186
Cuadro Nº 71 Identificación de prestadores de servicio de alimentación.....	187
Cuadro Nº 72 Identificación del tipo de guías que se contratan.....	188
Cuadro Nº 73 Identificación del ámbito de participación de la población local.....	189
Cuadro Nº 74 Identificación de las mejoras en infraestructura turística	190
Cuadro Nº 75 Contribución del Andinismo al desarrollo social.....	191
Cuadro Nº 76 Identificación de proyectos prioritarios en el destino.....	192
Cuadro Nº 77 Tipos de guías que trabajan en el destino.....	193
Cuadro Nº 78 Frecuencias de ascenso al Huayna Potosí.....	194
Cuadro Nº 79 Frecuencias de ascenso al Huayna Potosí en temporada baja.....	195
Cuadro Nº 80 Costo por ascenso al Huayna Potosí expresado en \$us.....	196
Cuadro Nº 81 Características del cobro realizado.....	197
Cuadro Nº 82 sueldos vs propinas.....	198
Cuadro Nº 83 Seguro contra accidentes.....	199
Cuadro Nº 84 Estructura de costos de operación de un paquete turístico.....	200
Cuadro Nº 85 Costo total del paquete turístico al Huayna Potosí.....	201
Cuadro Nº 86 Identificación de mejoras en la condición laboral del guía.....	202

ÍNDICE DE TABLAS

PÁG.

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS 1

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS 2

El Destino Cordillera es uno de los lugares más hermosos de nuestro país, la presencia de la misma ha generado la formación de diferentes pisos ecológicos desde las cumbres más altas hasta la exuberante amazonia. Esta riqueza natural permite la llegada de muchos turistas que practican el turismo de aventura en todas sus modalidades, se estima que el destino recibe aproximadamente 12.000 turistas anuales, que además realizan un gasto diario de 100 dólares americanos. En términos de gasto turístico a nivel nacional, el destino duplica el mismo. Sin embargo su contribución al desarrollo de las comunidades aledañas no se percibe, pues el Viceministerio de Turismo indica que el destino es uno de los más pobres de Bolivia..... 25

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN 1

1.1 INTRODUCCIÓN..... 1

..... 22

..... 130

En cuanto a la importancia del turismo como actividad económica las tres instituciones identifican ciertos puntos que muestran la importancia percibida por la comunidad. En ese entendido las mismas refieren que "es una alternativa para tener ingresos económicos", pues el turismo "genera fuentes de trabajos directos e indirectos". Ya que "existe flujo turístico". Ante este panorama las instituciones señalan que las actividades vinculadas al turismo si son económicamente importantes para la comunidad de Llaullini. Esta misma información se presenta en la tabla N° 2. 205

ÍNDICE DE IMÁGENES FOTOGRÁFICAS

PÁG.

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS 1

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS 2

El Destino Cordillera es uno de los lugares más hermosos de nuestro país, la presencia de la misma ha generado la formación de diferentes pisos ecológicos desde las cumbres más altas hasta la exuberante amazonia. Esta riqueza natural permite la llegada de muchos turistas que practican el turismo de aventura en todas sus modalidades, se estima que el destino recibe aproximadamente 12.000 turistas anuales, que además realizan un gasto diario de 100 dólares americanos.

En términos de gasto turístico a nivel nacional, el destino duplica el mismo. Sin embargo su contribución al desarrollo de las comunidades aledañas no se percibe, pues el Viceministerio de Turismo indica que el destino es uno de los más pobres de Bolivia..... 25

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN 1

1.1 INTRODUCCIÓN..... 1

..... 22

..... 130

En cuanto a la importancia del turismo como actividad económica las tres instituciones identifican ciertos puntos que muestran la importancia percibida por la comunidad. En ese entendido las mismas refieren que "es una alternativa para tener ingresos económicos", pues el turismo "genera fuentes de trabajos directos e indirectos". Ya que "existe flujo turístico". Ante este panorama las instituciones señalan que las actividades vinculadas al turismo si son económicamente importantes para la comunidad de Llaullini. Esta misma información se presenta en la tabla N° 2. 205

GLOSARIO

Las siguientes terminologías fueron extraídas del texto presente y las mismas serán utilizadas para la adecuada comprensión del mismo.

Turismo: Conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de las personas fuera de su lugar de domicilio; en tanto dichos desplazamientos y permanencias no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal.

Turismo de aventura: Es aquel tipo de turismo que ofrece diferentes actividades de interés especial motivados por el desempeño de superar diferentes pruebas sin importar el riesgo a enfrentar, ésta actividad debe ser realizada en un determinado medio ambiente por personas con previa experiencia en la actividad.

Aventura hard: Son actividades que requieren entrenamiento esfuerzo y tiene un alto grado de exigencia física y riesgo.

Andinismo: Es una disciplina del montañismo que consiste en realizar viajes hacia las montañas con el objetivo de practicar la escalada de roca hielo, actividad que requiere de técnicas y habilidades tanto físicas como psíquicas, que permite escapar de lo rutinario en las ciudades y compartir con la naturaleza momentos de meditación

Montañismo: Es una modalidad del turismo de aventura que consiste en realizar excursiones o viajes por las montañas, para la cual se requiere un conjunto de técnicas, conocimientos y habilidades que nos permiten realizar este objetivo. El

montañismo es un deporte, pero quienes lo realizan están convencidos que es mucho más que eso, es una forma de vida y de ver el mundo que los rodea.

Técnica: Conjunto de procedimientos y recursos que se emplean en una ciencia, así mismo es la habilidad que posee el ser humano para utilización de esos procedimientos y/o recursos.

Desarrollo social: El desarrollo social se debe considerar como la satisfacción de las necesidades básicas para una vida adecuada. Mejoramiento de la calidad de vida.

Calidad de vida: Se entiende por calidad de vida la posesión, el uso y el consumo de ciertos artículos, bienes y servicios que permitan a cada individuo satisfacer dignamente por lo menos una mínima parte de sus necesidades de exigencia.

Necesidades básicas: Son el derecho a la salud. La educación, alimentación, ingresos dignos, vivienda, el trabajo.

Sostenibilidad: Atender las necesidades del presente de la sociedad sin poner en peligro la necesidad y capacidad de generaciones futuras.

Producto Interno Bruto: concepto económico que refleja el valor total de la producción de bienes y servicios de un país en un determinado periodo (por lo general un año). Casi todos los países industrializados consideran que el PIB es el mejor indicador de la actividad económica.

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

CDTI Cordillera.- Complejo de Desarrollo Turístico Integral Cordillera Real.

PIB.- Producto Interno Bruto.

OMT.- Organización Mundial del Turismo.

COBEE.- Compañía Boliviana de Energía Eléctrica.

UNMSM.- Universidad Mayor de San Marcos.

VMT.- Viceministerio de Turismo.

CAB.- Club Andino Boliviano.

AGMTB.- Asociación de Guías de Montaña y Trekking Bolivia.

OVETUDA.- Organización Venezolana de Turismo y Deportes de Aventura.

IBR.- Instituto de Bienestar Rural.

ODM.s.- Objetivos del Milenio.

IDR.- Instituto de Desarrollo Rural.

RSE.- Responsabilidad Social Empresarial.

LIDEMA.- Liga de Defensa del Medio Ambiente.

PNUD.- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

OEI.- Organización de los Estados Americanos.

IDH.- Índice de Desarrollo Humano.

PPA.- Paridad del Poder Adquisitivo.

IICSTUR.- Instituto de Investigación Consultoría y Servicios turísticos.

PDDA-LP.- Plan de Desarrollo del Departamento Autónomo de La Paz.

PDM-LP.- Plan de Desarrollo Municipal de La Paz.

GAM-LP.- Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.

GAD-LP.- Gobierno Autónomo Departamental de La Paz.

PROM PERÚ.- Agencia de Promoción del Perú.

UIAGM.- Unión Internacional de Asociaciones de Guías de Montaña.

ENSA.- École Nationale de Ski at Alpinisme de Francia.

BS.- Moneda Boliviana.

\$US.- Moneda Americana.

ENDT.- Estrategia Nacional de Desarrollo Turístico.

OTBs.- Organizaciones Territoriales de Base.

PDMs.- Planes de Desarrollo Municipal.

POAs.- Plan Operativo Anual.

EPIs.- Estrategias Productivas Integrales.

MACA.- Ministerio de Asuntos Campesinos y Agropecuarios.

ARCOs.- Agendas de Responsabilidad Compartida.

DEL.- Desarrollo Económico Local.

ENDAR.- Estrategia Nacional de Desarrollo Agropecuario y Rural.

PGDES.- Plan General de Desarrollo Económico y Social.

RESUMEN

El Destino Cordillera es uno de los lugares más hermosos de nuestro país, la presencia de la misma ha generado la formación de diferentes pisos ecológicos desde las cumbres más altas hasta la exuberante amazonia. Esta riqueza natural permite la llegada de muchos turistas que practican el turismo de aventura en todas sus modalidades, se estima que el destino recibe aproximadamente 12.000 turistas anuales, que además realizan un gasto diario de 100 dólares americanos. En términos de gasto turístico a nivel nacional, el destino duplica el mismo. Sin embargo su contribución al desarrollo de las comunidades aledañas no se percibe, pues el Viceministerio de Turismo indica que el destino es uno de los más pobres de Bolivia.

EL ANDINISMO Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO SOCIAL DE LA COMUNIDAD DE LLAULLINI ALEDAÑA AL NEVADO HUAYNA POTOSÍ es una investigación que tiene como objetivo determinar en qué grado el Andinismo coadyuva al desarrollo social de la comunidad de Llaullini próxima al nevado Huayna Potosí, el nevado más visitado de Bolivia. Se realiza la misma para contribuir con conocimiento que permita conocer la importancia socio- económica de esta actividad, el método usado para su elaboración fue el analítico sintético, el mismo permitió analizar el proceso de investigación.

Para la presente tesis de grado se aplicó el proceso de investigación mixto pues analiza datos cuantitativos y cualitativos, tiene un alcance descriptivo y los resultados obtenidos se sustentan en la información obtenida con los diferentes instrumentos de recolección, los resultados de los mismos se presentarán en los siguientes capítulos.

Palabras clave: Desarrollo social, Andinismo, Turismo de aventura, Beneficios, Calidad de vida,

SUMMARY

Target Mountain chain it is one of the most beautiful places of our country, the presence of the same one has generated the formation of different ecological floors from the highest summits up to the exuberant Amazonia. This natural wealth allows the arrival of many tourists who practice the tourism of adventure in all his modalities; it thinks that the destination receives approximately 12.000 annual tourists, who in addition realize a daily expense of 100 American dollars. In terms of tourist national expense, the destination duplicates the same one. Nevertheless his contribution to the development of the bordering communities is not perceived, since the Vicedepartment of Tourism indicates that the destination is one of the poorest of Bolivia.

THE MOUNTANEERING AND HIS IMPACT IN THE SOCIAL DEVELOPMENT OF THE COMMUNITY OF BORDERING LLAULLINI TO THE SNOW-CAPPED MOUNTAIN HUAYNA FORTUNE is an investigation that it has as aim determine in what degree the Mountaneering contributes to the social development of the community of Llaullini next the covered with snow Huayna Potosí, the snow-capped mountain most visited of Bolivia. The same one is realized to contribute with knowledge that partner allows to know the importance - economic of this activity, the method used for his production was the analytical synthetic one, the same one allowed to analyze the process of investigation.

For the present thesis of degree the mixed process of investigation was applied since he analyzes quantitative and qualitative information, it has a descriptive scope and the obtained results are sustained in the information obtained with the different instruments of compilation, the results of the same ones will appear in the following chapters.

Key words: social Development, Mountaneering, Tourism of adventure, Benefits, Quality of life.

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

El continente sudamericano se caracteriza por poseer gran biodiversidad y culturas únicas en el mundo, pero fundamentalmente por la majestuosa Cordillera de los Andes que atraviesa de norte a sur desde Venezuela hasta el extremo austral chileno. Gracias a esto, la región tiene una amplia ventaja sobre el resto del mundo, la presencia de este recurso natural hace que nuestro continente cuenta con una amplia variedad de pisos ecológicos, desde las altas montañas que sobrepasan los 6.000 metros sobre el nivel del mar, hasta la exuberante vegetación de la amazonia.

Bolivia que prácticamente se encuentra en el corazón de Sudamérica, conforman junto al Perú uno de los lugares más bendecidos en el aspecto natural como cultural y por tanto turístico, si bien, Perú posee tres de las cordilleras más visitadas del continente como son la cordillera Huayhuash, la cordillera Raura y la famosa cordillera Blanca que a pesar de su belleza no cuenta con una adecuada accesibilidad, sin embargo, el turista que gusta de la actividad del Andinismo no extrema recursos para visitarlas. Esta es una tendencia muy buena para la actividad turística y por ende, para los países que forman parte de la Cordillera de los Andes, los cuales que pueden aprovechar esto para el desarrollo de sus comunidades y regiones.

Bolivia cuenta con una amplia gama de oferta turística para la actividad del Andinismo, un enorme potencial turístico que desarrollado con una planificación adecuada, puede coadyuvar al desarrollo social de las comunidades y del país. La majestuosidad de nuestros nevados como el Illimani, Tuni Condoriri, Huayna Potosí, etc., han traspasado fronteras y se han hecho famosos en el resto del mundo. Esto generó un ansia de conocer a los "gigantes de los Andes", conocidas así por muchos turistas que gustan del deporte de aventura que desde hace 50 años atrás se ha ido

practicando en los nevados bolivianos. El nevado Huayna Potosí es uno de los más visitados, esto por su fácil accesibilidad y la cercanía a la ciudad de La Paz.

Ante este panorama se hace necesario realizar investigaciones que demuestren la importancia de la actividad turística en dichas regiones, las mismas que revelaran la realidad del turismo en los nevados bolivianos.

La poca información con la que se cuenta, ha ocasionado que la actividad del Andinismo se desarrolle de manera empírica, lo que generó que la actividad no muestre sus verdaderos beneficios en pro del desarrollo de las comunidades involucradas en la misma, generando así una serie de problemas por ejemplo, problemas ambientales (la contaminación de los principales atractivos turísticos). Problemas culturales (pérdida de la identidad cultural). Enormes diferencias socio económicas (especialmente entre las comunidades y las agencias operadoras en el destino). En fin, problemas que dificultan el desarrollo del turismo.

Muchos países han establecido políticas turísticas alineadas a sus objetivos, en nuestro país eso no ha ocurrido, debido a la falta de coordinación entre autoridades locales, sectoriales y gubernamentales. Por ejemplo en Argentina, Perú, Ecuador etc., se han elaborado normativas especiales para el desarrollo de actividades turísticas en sus destinos de montaña.

En nuestra región las poblaciones aledañas a la Cordillera Real tras la incursión en la actividad del Andinismo, no observan cambios notables en su calidad de vida, en ese sentido surge la necesidad de orientar dicha actividad, para que la misma retribuya a las comunidades con beneficios sean estos en el ámbito social, cultural, medioambiental y/o económico, así mismos beneficie a todos los actores involucrados (comunidades, empresas públicas, privadas, sociedad, turistas etc.).

La Cordillera Real, identificada como destino prioritario por el Viceministerio de Turismo, (Pérez, 2007) en la misma se han desarrollado acciones para el desarrollo del turismo de alta montaña, una de ellas fue la de crear el "Complejo de Desarrollo

Turístico Integral Cordillera Real CDTI Cordillera Real”, (Estrategia Nacional de Desarrollo Turístico 1993-2003) que si bien uno de sus aportes fue señalar y orientar al turista en el destino con la implementación de señalización turística, no fue suficiente, además con los CDTI se pretendía construir una serie de refugios de montaña en lugares estratégicos de la cordillera que al final no se concretó.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Identificación del problema

Analizar la situación actual del Andinismo en la cordillera Real es vital, dicho análisis permitirá detectar la problemática que presenta la operación turística del Andinismo. Operación realizada por las empresas privadas y públicas (agencias de viajes, emprendimientos comunitarios).

El Andinismo en nuestro país no es una actividad nueva, la historia muestra que “en 1898 se realiza el primer ascenso oficial al nevado (...). En 1950 el Huayna potosí es objeto de ascensos internacionales” (Mesili, 2007, p. 138-139). Además el mismo autor refiere que “(...) en 1970 se establece la verdadera ruta partiendo del campo base”, dándose inicio al turismo de aventura en alta montaña.

Sin embargo en este tiempo las comunidades poco o nada perciben los beneficios del turismo en el ámbito social. (Mejoramiento de infraestructura, generación de empleos, acceso a la salud, educación etc.), en resumen mejorar su calidad de vida.

El problema identificado en esta investigación radica en el aporte que realiza el Andinismo como actividad turística, para el desarrollo social de la comunidad de Llaullini, aledaña al nevado Huayna Potosí.

Los resultados hoy en día son palpables, la pobreza todavía se mantiene y no se observan mejoras en la calidad de vida de los miembros de las comunidades, haciendo un análisis de la problemática detectada se llegó a la siguiente conclusión.

A pesar de 50 años de práctica del Andinismo en el nevado Huayna Potosí, las entidades públicas, empresas privadas, las comunidades y todos aquellos sectores involucrados en el turismo, dejan de lado la premisa principal del turismo, coadyuvar en el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad involucradas en la actividad turística.

1.2.2 Descripción del problema

Como se había mencionado con anterioridad, la Cordillera Real fue identificada como Destino prioritario por el Viceministerio de Turismo (Pérez, 2007), sin embargo ésta no posee infraestructura adecuada para el desarrollo del turismo. A pesar de ser uno de los destinos más visitados por los turistas, donde el nevado Huayna Potosí ocupa el primer lugar de visitas, esto por cercanía a la ciudad de La Paz.

En temporada alta entre mayo - octubre del año 2011 cerca de 6.300¹ turistas entre extranjeros y nacionales ascendieron a dicho nevado, un promedio de 40 turistas por día. Para el año 2015 aproximadamente 6.800² turistas ascendieron este nevado, incrementándose el promedio a 47 turistas día.

Un flujo turístico considerable tomando en cuenta que existen aproximadamente 2.472 habitantes, distribuidos en 13 comunidades, donde la comunidad más inmersa en la actividad turística es la población de Llaullini

Cuadro N° 1 Macrodistrito 9 Zongo.

MACRODISTRITO	ZONGO
Superficie [(K2)	1.386,84
N° Habitantes	2.472,00
Densidad	1,78
N° Distritos	1,00
N° de Juntas	32,00

Fuente: PDM LP. 2007-2011

¹ Dato extraído del libro de registro del campo base Llaullini. Nevado Huayna Potosí.

² Dato extraído del libro de registro del campo base.

Hoy en día la actividad del Andinismo en la Cordillera Real, muestra una contradicción clara entre la teoría y la realidad, si bien en la teoría menciona que "el turismo ha alterado significativamente la economía de muchas regiones montañosas, ya que esta misma variedad y relación única con los recursos y los ecosistemas sean convertido en un activo" (OMT, 2005, p. 286). Así mismo la Organización Mundial del Turismo indica que "los beneficios del turismo se reparten ampliamente por toda la sociedad. El desarrollo turístico debe planificarse y gestionarse de forma que los beneficios económicos, sociales etc., se repartan tan ampliamente como sea posible por toda la comunidad del destino" (OMT, 1999, p. 23). En la realidad boliviana eso no ocurre, la realidad nos muestra que el Destino Cordillera, (en la que está inmersa el nevado Huayna Potosí) es el destino más pobre de Bolivia, la actividad económica en este lugar se basa en la generación de energía eléctrica, la extracción Minera a pequeña escala, turismo de Alta Montaña y otras actividades pequeñas.

El problema identificado trae consigo la pobreza, la migración de las personas a las ciudades en busca de nuevas oportunidades para mejorar su calidad de vida. A eso se suma la poca inversión por parte de las empresas tanto públicas y privadas. Las empresas públicas no realizan inversión en infraestructura, un ejemplo claro es la carretera principal que une la ciudad de La Paz con el nevado Huayna Potosí, las reparaciones y mantenimiento de la vía principal son tareas realizadas por las comunidades, cooperativas mineras y la empresa eléctrica COBBE.

Sin embargo la Ley de Autonomías menciona que "Planificar, diseñar, construir, mantener y administrar las carreteras de la red departamental" son tareas exclusivas de los gobiernos departamentales. (Ley de Autonomías N° 031, 2010, p. 56)

Así mismo, el sector privado como ser agencias de viajes y refugios de montaña, únicamente velan por sus intereses, en el caso del nevado Huayna Potosí simplemente un par de agencias invirtió en la construcción de refugios, ya sea en el

campo base³ como en campo alto⁴, acaparando así el flujo turístico para beneficio propio.

Es de vital importancia hacer un estudio de este problema ya que hoy en día el Andinismo se sigue desarrollando en estas condiciones y si se continúa en este camino los pronósticos para el futuro serían desalentadores, el Andinismo en el nevado Huayna Potosí pasaría de un ciclo de vida de introducción⁵ a un ciclo de vida de madurez o decadencia⁶ (Arias, 2006).

1.2.3 Formulación del problema

- ¿Cuál es el aporte que realiza el Andinismo en el nevado Huayna Potosí al desarrollo social de la comunidad de Llaullini?

Las preguntas que se desprenden de la pregunta principal son:

- ¿Qué tipos de servicios turísticos ofrecen a los visitantes las localidades inmersas en la actividad turística?
- ¿Qué poblaciones participan de la actividad turística y en que ámbitos?
- ¿Qué obras de infraestructura ha generado la actividad turística en pro del desarrollo social de la comunidad de Llaullini?
- ¿Cuáles serán los factores que no permiten que el Andinismo refleje los beneficios para el desarrollo social de la comunidad de Llaullini?

³ Lugar donde se da inicio al ascenso de una montaña, son espacios destinados a la parte logística y descanso del turista, generalmente ubicado al inicio de una montaña.

⁴ Son espacios identificados cuya finalidad es el pernocte y preparación del equipo técnico de montaña, generalmente se ubican a partir de los 5200 msnm.

⁵ Ciclo de vida de un destino producto turístico caracterizado por la falta de planificación.

⁶ Ciclo de vida de un destino producto turístico caracterizado por ser más sensible y con el tiempo es propenso a la desaparición

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general

- Determinar en qué grado el Andinismo coadyuva al desarrollo social de la comunidad de Llaullini próxima al nevado Huayna Potosí.

1.3.2 Objetivos específicos

- Establecer en que actividades de la operación turística del destino – producto Huayna Potosí, participa la población local.
- Identificar las mejoras físicas de infraestructura y de servicios sociales que se han producido en Llaullini, por la actividad turística del Andinismo.
- Determinar la percepción de la población de Llaullini respecto a la mejora de su bienestar, a raíz del Andinismo.
- Identificar los factores fundamentales que permiten que el Andinismo en el nevado Huayna Potosí, contribuya al desarrollo social de la comunidad de Llaullini

1.4 JUSTIFICACIÓN

1.4.1 Justificación Social

Según las estadísticas del Compendio Estadístico 2007 del Viceministerio de Turismo, el Destino Cordillera en el que está inmerso el nevado Huayna Potosí es la más pobre de Bolivia, la actividad económica en este lugar se basa en la extracción Minera en la población de Milluni. Turismo de Alta Montaña en el nevado Huayna Potosí, (comunidad de Llaullini). Producción de Energía Hidroeléctrica en las dos primeras plantas Botijlaca – Zongo.

Cabe destacar que la actividad turística ocupa el segundo lugar del sector económico en el área, así mismo es necesario conocer la incidencia de la actividad del Andinismo en dichas poblaciones, es decir, la satisfacción de las necesidades

básicas, la generación de empleos, el mejoramiento de la calidad de vida y por último el mejoramiento de la infraestructura de las poblaciones aledañas.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) menciona

Durante las últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. Han surgido muchos nuevos destinos además de los tradicionales y favoritos de Europa y América del Norte.

A pesar de las fuertes conmociones que ocasionalmente se producen, el turismo ha experimentado un crecimiento prácticamente ininterrumpido. Las llegadas de turistas internacionales a escala mundial han pasado de 25 millones en 1950 a 278 millones en 1980, 527 millones en 1995 y 1.133 millones en 2014. (Barómetro OMT, 2015. p. 2)

Gracias a este incremento, la actividad turística ha crecido en los diferentes destinos de forma espontánea y desordenada especialmente en nuestro país. Lo que está repercutiendo no sólo en la sobrecarga del destino, sino también con grandes contribuciones a la degradación del mismo y por ende a la insostenibilidad ambiental.

Especialmente en el nevado Huayna Potosí donde el flujo turístico se ha incrementado, sin embargo este crecimiento no se evidencia en el desarrollo social de las comunidades, la pobreza se mantiene al igual que las malas condiciones de vida causando molestias las cuales se convierten en demandas sociales. Si bien el turismo en el mundo entero se ha incrementado y las actividades de interés especial ocupan los primeros lugares en la generación de recursos económicos y fomento al turismo, esto no ocurre en nuestro país.

Por ejemplo, en uno de los destinos de montaña en Argentina citado por Sánchez y Gonzales (2011), los cuales refieren que en la Provincia del Neuquén - Caviáhué, cordillera de los Andes, se realizó una comisión de estudio que planifique el desarrollo de la actividad turística en el destino. Con el propósito de "encauzar,

promover y regular las actividades de corto y mediano plazo” (Sánchez, y González, 2011, p. 293). “A partir de esta propuesta comienza a implementarse el Plan de Desarrollo, con la concreción de algunas inversiones y obras públicas, y el fomento de inversiones privadas con la adjudicación y venta de lotes para la ejecución de proyectos turísticos” (Ibídem, p. 294). Contribuyendo así al desarrollo social de sus comunidades ya que éstas incursionaron en el Turismo de Montaña.

Por eso es necesario conocer la realidad nacional del Andinismo en nuestra región, pues La Paz cuenta con la presencia de la Cordillera Real enorme potencial para el turismo de montaña.

La principal premisa del turismo es mejorar la calidad de vida de las comunidades involucradas en la actividad turística, esto nos conduce a realizar un estudio para así desde el conocimiento científico, reorientar la actividad turística y de esta manera lograr que los beneficios del turismo sean en pro del desarrollo de las comunidades locales y todos los sectores involucrados en el turismo.

Por eso es necesario determinar el grado de importancia del Andinismo en el destino y establecer su impacto en el desarrollo social de las comunidades involucrada en dicha actividad.

1.4.2 Justificación Teórica

La siguiente tesis contribuirá con teorías y conceptos aptos para futuras investigaciones que serán presentados a los largo de la investigación. Pues hoy gracias a la tecnología globalizada se puede indagar más sobre el tema con la ayuda del internet, libros digitales, revistas especializadas, videoconferencias y otras fuentes de información.

Nuestra tarea como investigadores es crear conocimiento nuevo que permita conocer la realidad del turismo en nuestro país, dicha acción para lograr teorías propias del turismo, teorías que describan, expliquen y predigan el fenómeno turístico.

La presente investigación se debe llevar a cabo, pues se necesitan de insumos teóricos que contribuyan a la formación de recursos humano destinados a la actividad del turismo, los cuales marcará el nuevo panorama para que todos aquellos involucrados en la actividad turística puedan formar un sistema que funcione como un todo, y convertir a los destinos de montaña en destinos competitivos que contribuyan al desarrollo de nuestro país y sus comunidades.

El tema problema de investigación por una parte está inmerso en el enfoque social de desarrollo, que como premisa fundamental refleja el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones.

Por otra parte, la investigación está enfocada en la disciplina de los deporte de aventura en especial del Andinismo, dicha disciplina en nuestro país carece de información y con la presente investigación se pretende aportar con términos esenciales que caracterizan a esta actividad.

1.4.3 Justificación Metodológica

En la tesis planteada se aplicó un enfoque mixto de investigación, pues la misma implica la recolección y análisis de datos cuantitativos como cualitativos, se usó este enfoque para comprender de mejor manera el fenómeno de estudio y así evitar posibles sesgos en el trabajo final.

Así mismo la investigación utiliza diferentes técnicas, las mismas serán la investigación documental, observación, la aplicación de pruebas y la entrevista, las cuales tienen instrumentos que permitan obtener la información requerida, que se analizará, clasificará y se traducirá en un trabajo que aporte teoría apta para futuras investigaciones.

En el presente trabajo abordaremos sobre el Andinismo y su impacto en el desarrollo social de las comunidades, para que de esta manera se pueda aprovechar de manera eficaz y eficiente el gran potencial turístico de nuestros nevados.

1.5 FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Hipótesis:

- El Andinismo en el Huayna Potosí tiene un elevado impacto en el desarrollo social de la comunidad de Llaullini.

1.6 DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE VARIABLES

Las variables que se pudieron identificar en la hipótesis planteada en el trabajo de investigación fueron las siguientes:

Variable 1: El Andinismo.

Variable 2: Desarrollo social.

1.6.1 Andinismo

Es una disciplina del turismo de montaña que consiste en realizar viajes hacia las montañas con el objetivo de practicar la escalada de roca hielo, actividad que requiere de técnicas y habilidades tanto físicas como psíquicas, así mismo el equipo especializado para la práctica de este deporte, el cual permite escapar de lo rutinario en las ciudades y compartir con la naturaleza momentos de meditación.

1.6.2 Desarrollo social

El desarrollo social se debe considerar como la satisfacción de las necesidades básicas para una vida adecuada, mejoramiento de la calidad de vida, se entiende por calidad de vida a "la posesión, el uso y el consumo de ciertos artículos, bienes y servicios hechos que permitan a cada individuo satisfacer dignamente por lo menos una mínima parte de sus necesidades de exigencia, las cuales son el acceso a la educación, la salud, a la alimentación, accesos a los servicios básicos.

1.7 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES		
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR
Desarrollo social	<ul style="list-style-type: none"> • Educación 	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de alfabetización de adultos • Nro. De centros educativos. • Matriculación en educación primaria, secundaria y superior.
	<ul style="list-style-type: none"> • Salud. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a centros médicos. • Esperanza de vida. • Nro. De centros de salud.
	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios básicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Conexión de agua potable. • Acceso a la luz eléctrica. • Conexión de alcantarillado.
	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de vida digno 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos. • Participación de la comunidad en la actividad turística. • Mejoramiento en viviendas. • Nro. De empleos generados por el Andinismo.
Andinismo.	<ul style="list-style-type: none"> • Técnica 	<ul style="list-style-type: none"> • Nro. De técnicas conocidas para la práctica de Andinismo. • Nro. De montañas ascendidas. • Nro. De cursos de montaña realizados.
	<ul style="list-style-type: none"> • Estado físico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hábitos alimenticios de personas que realizan Andinismo. • Rutina de ejercicios. • Preparación física.
	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo especializado 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a equipo de montaña. • Calidad del equipo. • Nro. De tiendas especializadas en Andinismo.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES

Según la Organización Mundial de Turismo, la actividad turística se ha incrementado en el mundo entero, esta institución menciona lo siguiente:

Las llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) aumentaron un 4,3% en 2014, alcanzándose la cifra récord de 1.133 millones de llegadas, después de haberse traspasado en 2012 la cota de los mil millones.

A pesar de las constantes dificultades geopolíticas, económicas y sanitarias presentes en algunas zonas del planeta. Con 46 millones más de turistas viajando por el mundo (+4,3%), 2014 ha sido el quinto año consecutivo de fuerte crecimiento, por encima de la media a largo plazo (+3,3% anual) desde la crisis financiera de 2009. (Ob.cit. OMT, 2015: p. 4)

Europa (+3%) lideró el crecimiento en términos absolutos, sin embargo han surgido nuevos destinos que a paso lento van incrementando su flujo turístico internacional un ejemplo claro de esto son los países de América latina. (OMT, 2015)

Así mismo el barómetro de la OMT indica, "La región de las Américas registró el crecimiento relativo más rápido de todas las regiones de la OMT, con un incremento del 8% en el número de llegadas internacionales, hasta alcanzar los 181 millones (13 millones más que en 2013)." (Ídem, p.4).

Como lo menciona la OMT América del Sur es la "punta de lanza" de este crecimiento ya que esta región del planeta posee una serie de características únicas como ser, la riqueza natural en cuanto a flora y fauna, la autenticidad cultural de los pueblos, los ecosistemas poco explorados por el hombre etc., hacen de ésta, un destino que genera flujo turístico.

Ante este panorama el turismo se ha propagado a destinos poco explorados, donde el principal actor es el turista, turista que ha conquistado nuevos lugares, explorando

lugares que antes se los catalogaba como la periferia y donde ningún hombre antes había llegado.

2.1.1 Investigaciones de turismo de alta montaña (Alpinismo) en el exterior

Las regiones montañosas desde siempre han sido considerados lugares de destino turístico en todos los continentes, los turistas que visitan estos lugares los consideran un atractivo que sin duda para ellos son lugares únicos y mágicos del mundo.

La Organización Mundial del Turismo en su estudio Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos – 2005, refleja que las regiones montañosas en el pasado eran consideradas la periferia, donde estaban los ecosistemas naturales que apenas reunían las condiciones necesarias para su conservación y las comunidades culturales se encontraban al límite de los recursos precisos para su sostenibilidad (OMT, 2005).

En el pasado como en el presente “El turismo ha alterado significativamente la economía de muchas regiones montañosas ya que la misma variedad y relación única con los recursos y los ecosistemas se han convertido en un activo” (Ob.cit. OMT, 2005, p. 286). El panorama de las regiones montañosas ha cambiado según esta institución.

La región tibetana es un claro ejemplo de esto, indagando sobre los beneficios del turismo en el Tíbet se encontró en la web el siguiente artículo, El turismo promueve el desarrollo económico del Tíbet mismo que menciona “el turismo se ha convertido en uno de los pilares de la economía del Tíbet” (Pueblo en línea, 2009, p.1). Un pilar económico gracias a su cultura particular y paisajes imponentes, el Tíbet siempre ha sido uno de los lugares más atractivos para los viajeros de todo el mundo.

“Después de la aplicación de la política de reforma y la apertura, de servicios de transporte (...), la región ha promovido eficazmente el desarrollo económico y la mejora del bienestar del pueblo local”. (Pueblo en línea, 2009, p. 1)

Además nos dice que el turismo no solamente se concentra en visitar los templos y paisajes tibetanos, sino también en la riqueza cultural; la elaboración de textiles, artesanías y el servicio hotelero con identidad propia.

Esto comprueba lo mencionado anteriormente por la Organización Mundial del Turismo. La publicación realizada en la web por Ester Kruk *Turismo en el Himalaya - Montañas de oportunidades en un clima cambiante*, reflejan datos muy relevantes, el estudio indica que el turismo es una de las estrategias más prometedoras para hacer frente a la pobreza. Además indica que el turismo debe ser aplicado como una herramienta útil tanto para hombres y mujeres.

Este documento destaca la labor del turismo en el Himalaya. La incursión en la actividad turística es una oportunidad de subsistencia local, reduce la migración a las ciudades, conservar la cultura local y fomentar el desarrollo local y regional.

Así mismo la investigadora cita a (Benitez, 2000) que indica. Incluso en los Alpes europeos, donde el turismo hoy es uno de las principales fuentes de ingresos, la mayoría de las comunidades de montaña eran pobres asentamientos agrícolas antes de que el crecimiento del turismo de montaña se iniciara en el siglo XVIII. (Kruk, 2009, p. 3)

Otro dato importante lo mencionan (Ashley y Mitchell, 2005) citado por Kruk “La contribución del turismo a las economías en desarrollo es enorme el turismo representa más de dos veces las transferencias de efectivo de los ricos a los países pobres que los gobiernos dan en ayuda” (Ibídem, p.2).

Sin duda se llega a esa estimación, pues para realizar la escalada en el Himalaya muchos turistas que generalmente son empresarios millonarios pagan elevados montos de dinero, ya sea para acceder a un permiso o para adquirir un paquete

turístico planificado, (El monto de efectivo mínimo derogado alcanza 45.000 dólares americanos, y en épocas altas alcanza a 85.000 dólares americanos).

La cordillera del Himalaya y la del Karakórum se caracterizan por poseer las montañas más altas y difíciles de escalar del mundo, por ejemplo, el Monte Everest⁷, y el K2⁸. El Annapurna⁹, el Nanga Parbat etc., que poseen diferentes culturas, zonas climáticas y variedad de flora y fauna.

Sin duda, este potencial turístico de la cordillera del Himalaya genera un flujo turístico considerable, así mismo se debe señalar que el turismo de alta montaña es conocido como Alpinismo en Europa, ya que esta actividad se desarrolló por primera vez en la franja cordillerana de los Alpes europeos, Himalayismo en Asia por la presencia de la cordillera del Himalaya, y Andinismo en la parte de América por la presencia de la cordillera de los Andes.

Gran parte del crecimiento turístico a nivel mundial mencionado anteriormente se debe a las actuales tendencias del turismo. La Organización Mundial del Turismo hace referencias a lo siguiente "Crece el número de turistas que desean participar en actividades recreativas, deportivas y de aventura así mismo conocer la naturaleza y vida silvestre de las zonas que visitan. Hoy los turistas son más activos física e intelectualmente que antes" (Ob. Cit. OMT. 1999 p. 20).

En la actualidad el elemento clave en la decisión de un viaje turístico es la motivación y según la Organización Mundial el Turismo las últimas tendencias son las siguientes:

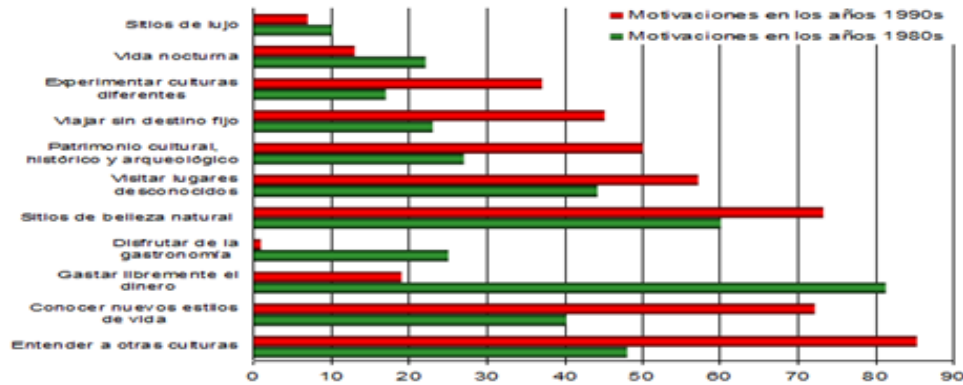
1. Entender a otras culturas.
2. Conocer Sitios de belleza natural.
3. Conocer nuevos estilos de vida.

⁷ El nevado más alto del mundo, también llamado Chomolujma, que se encuentra en la cordillera asiática del Himalaya. Forma la frontera entre Tíbet y Nepal. Everest, que en tibetano quiere decir 'diosa-madre', alcanza los 8.850 m de altitud

⁸ La segunda montaña más alta y técnica del planeta. Esta cumbre, también llamada Godwin Austen, tiene una altitud de 8.611 metros. Se alza en la cordillera Karakórum del oeste del Himalaya.

⁹ Que en tibetano significa Montaña llena de granos (como de arroz). es la montaña más peligrosa del mundo con alto grado de mortalidad.

Gráfico Nº 1 Tendencias del Turismo según la OMT



Fuente: Organización Mundial de Turismo

Esto claramente nos muestra que el turismo de aventura, el ecoturismo y el turismo comunitario son las mejores alternativas para nuestro país. Ante este panorama uno se debe cuestionar lo siguiente ¿Si el turismo en el mundo entero está creciendo cuáles son los beneficios que trae para las poblaciones involucradas en esta actividad?

Los estudios anteriormente mencionados hacen referencia a que muchas de las regiones montañosas se han beneficiado del turismo, beneficio que se refleja en ámbito económico y el ámbito social entre los más importantes. Cumpliendo así la premisa fundamental del turismo.

Se logró ese objetivo gracias a que las actividades turísticas en aquellos países se enmarcaban en una planificación general, que se inicia con la aplicación de políticas claras que orienten la actividad a un desarrollo planificado, retribuyendo beneficios de índole social, cultural, medioambiental y económico a todos los actores involucrados (sociedad, empresas públicas, privadas etc.).

Como se mencionó anteriormente, se comprobó que el turismo contribuye con el desarrollo de las comunidades, los estudios realizados por la máxima institución encargada de turismo OMT lo señalan así. En ese sentido el desarrollo de una comunidad debe estar orientado a un enfoque social, orientado en el mejoramiento de la calidad de vida de los miembros de la sociedad y satisfacción de las necesidades básicas.

En nuestro continente uno de los países que oferta Andinismo es el Perú, principal competidor a nivel regional. Un documento interesante fue publicado por la Facultad de Ciencias Sociales, UNMSM, titulado Los impactos del turismo en el Perú por (Tinoco, 2003), del que se pudo rescatar lo siguiente, la actividad turística ayudo a mejorar la infraestructura de las regiones se construyeron carreteras, puentes, se coadyuvo a la mejora de instituciones escolares etc., así mismo se generaron empleos tanto directos e indirectos se incrementó la conexión y acceso a los servicios básicos.

Lo mencionado anteriormente se pudo realizar gracias a la actividad del turismo y las políticas implementadas por sus autoridades.

Este mismo documento indica "(...) el beneficio principal generado por el turismo sería la generación de empleo (41.7%); mientras que el 25% percibe que sería la habilitación de carreteras; la mejora de infraestructura, es considerada con el 21%; y el desarrollo de la artesanía con el 12.5%" (Tinoco, 2003: p. 59). Refiriéndose así a los efectos positivos que genera las actividades turísticas.

Por otro lado este mismo documento menciona los efectos negativos percibidos por la sociedad son: "(...) la contaminación del medio ambiente como el principal perjuicio que ocasiona la actividad turística (54.2%); se indica además el daño a los recursos naturales (20.8%), robos (20.8%) y daño a los recursos arqueológicos (4%)" (Ídem).

Sin lugar a duda el turismo ha generado ventajas y desventajas en los destinos, pese a esto se deben realizar investigaciones para subsanar tales falencias y de

esta manera reencaminar la actividad turística, subsanar los problemas detectados en el desarrollo de las actividades turísticas es una forma de aportar al desarrollo turístico de los destino del país.

Es en este sentido que conociendo las nuevas tendencias del turismo actual es de vital importancia centrar nuestra atención en el continente sudamericano.

2.1.2 Investigaciones de turismo de alta montaña (Andinismo) en Bolivia

En nuestro país se realizaron pocas investigaciones sobre el Andinismo a pesar de contar con la presencia de la cordillera Real y la cordillera Occidental, que deben aprovecharse eficazmente para el desarrollo de las comunidades, regiones y el país.

A pesar de esto, instituciones como el Club Andino Boliviano (C.A.B), el Viceministerio de Turismo (V.M.T), la Asociación de Guías de Montaña y Trekking Bolivia (A.G.M.T.B) y personalidades como Alain Mesili¹⁰, se hicieron algunos trabajos.

Se pudo establecer que Bolivia cuenta con una amplia gama de ofertas para la actividad un enorme potencial que con una adecuada visión clara de desarrollo puede coadyuvar con el desarrollo de la región y el país.

Como se había mencionado anteriormente nuestro país es uno de los países más beneficiados en cuanto a riqueza natural se refiere, gracias a la cordillera Real que ha repercutido sobre el resto del territorio formando de alguna manera diferentes pisos ecológicos, que cuentan con características propias una diferente a la otra.

No es coincidencia que Alcides d´Orbigny explorador francés describiera a Bolivia como "la síntesis del mundo". Ante este panorama debemos preguntarnos ¿qué beneficios trajo el Andinismo durante estos años de práctica en los nevados bolivianos?, a simple vista, el Andinismo en nuestro país no generó efectos positivos

¹⁰ Nació en París, Francia, pero se siente boliviano. Alain Mesili es una leyenda viviente del andinismo en América Latina, Con más de 150 rutas abiertas en los Andes bolivianos y además aficionado a la escritura.

para las comunidades involucradas en esta actividad, más al contrario generó una serie de problemas, pero para afirmar esto se debe hacer un estudio que determine esos inconvenientes.

En muchos países se han establecido políticas turísticas alineadas a sus objetivos un ejemplo de esto el Perú. En Bolivia eso no ha ocurrido

Concretamente en este destino se han desarrollado pocas acciones para el desarrollo del turismo de alta montaña, una de ellas fue el proyecto (C.D.T.I)¹¹ Complejo de Desarrollo Turístico Integral Cordillera Real, que aportó con señalización turística y la construcción de algunos refugios, (programa 961/SF-BO). Remarcar que dicha señalización fue realizada a lo largo del Destino Cordillera Real y los refugios construidos no satisfacen las necesidades de los turistas. Este proyecto buscaba la creación y el estímulo de una oferta turística boliviana competitiva en el mercado internacional. "La misma fue financiada por el Banco Interamericano de Desarrollo dentro del programa 961/SF-BO y la contraparte de la Prefectura del Departamento de La Paz" (Proyecto de factibilidad señalización turística CDTI Cordillera Real, 1993-2003, pp. 1).

El programa BID 1098 con sus dos Sub programas, el primero que pretendía crear un sistema de acreditación y certificación, la reglamentación de leyes y el desarrollo turístico y la promoción turística. La segunda destinada al financiamiento de proyectos demostrativos para la empresa privada y el financiamiento no reembolsable para comunidades y organizaciones locales. Para la elaboración de esto se disponía de \$us. 12.5 millones, donde \$us. 10 otorgado por el BID y \$us. 2.5 millones por la prefectura del departamento.

Así mismo tenemos la promoción realizada del destino cordillera en diferentes revistas por la gobernación, alcaldías y por algunas personalidades como Mesili.

¹¹ El Complejo de Desarrollo de Turismo Integral (CDTI) de Cordillera Real es uno de los proyectos previstos para el período 1993-2003 por el Plan Estratégico de Turismo del Viceministerio de Turismo de Bolivia (ex SENATUR). Este CDTI, conjuntamente, con otros 9 CDTI's, persigue la creación y el estímulo de una oferta turística boliviana competitiva en el mercado internacional.

Para nevados como el Huayna Potosí no se realizó proyectos de gran magnitud que mejoren la imagen del destino, lo que a largo plazo puede traer graves consecuencias como el crecimiento de la afluencia de visitantes sin un control y graves secuelas para el medio ambiente.

Pese a este panorama, en los últimos años se dieron pasos importantes. La ley N° 292 Ley General de Turismo, la Ley N° 031 Marco de Autonomías y Descentralización, el Plan Nacional de Turismo, el Decreto Departamental N° 018 que declara a La Paz como "Capital del Andinismo" etc., que deberían ser la plataforma que oriente el desarrollo del turismo a nivel nacional y departamental.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 El turismo

Es de conocimiento generalizado que el turismo en el mundo entero se ha convertido en una de las actividades socios económicos más importantes a nivel mundial, así lo reflejan la Organización Mundial del Turismo.

Por sus características, produce un sin fin de efectos en los diferentes ámbitos de intervención, ya sea en lo social, lo económico, lo ambiental etc., sin duda muchos de los países inmersos en esta actividad han conseguido excelentes logros en el desarrollo de sus regiones gracias a las actividades turísticas.

Un dato importante no los devala la OMT,

El turismo aporta 9% al PIB, tanto efectos directos como indirectos. 1 de cada 11 empleos es producido por el turismo. 1,5 billones de dólares en exportación. 6% de las exportaciones mundiales son gracias al turismo. Además se pasó de 25 millones de turistas internacionales en 1950 a 1.133 millones el 2014 (...). (Ob. Cit. Barómetro del turismo 2015, p.3)

Gráfico N° 2 Cifras del Turismo según la OMT



Fuente: Barómetro OMT 2015

Como muestra el gráfico desde su origen el turismo ha “evolucionado” generando nueva oferta, insertándose en espacios geográficos desconocidos por el hombre.

Hoy en día esa evolución es notoria pues existen nuevas modalidades de turismo para turistas especializados. Ante esto surgió la necesidad de clasificar el turismo, clasificación que responde desde los motivos de viaje, según el tipo de organización de viaje, según la forma de viaje, hasta las actuales tendencias del turismo.

2.2.2 Turismo de aventura

El turismo de aventura es parte de esas actuales tendencias, en ese sentido debemos preguntarnos que se entiende por turismo de aventura, una definición hallada en la web es la siguiente. Para Sung, Morrison y O'Leary el “turismo de aventura es un viaje o una excursión con el propósito de participar en actividades que exploran nuevas experiencias, en un medio ambiente natural o en un exótico escenario al aire libre” (Sung¹², Morrison y O'Leary, 1996, p. 1-2).

¹² Heidi H. Sung es investigadora y ayudante de cátedra del Departamento de Restaurante, Hotel, Institucional y Dirección de Turismo de la Universidad Purdue, donde el Dr. Alastair M. Morrison se desempeña como profesor.

Se hace necesario indagar más sobre este tema para tener una visión más clara de este tipo de turismo. Para La Organización venezolana de turismo y deportes de aventura,

El Turismo de aventura es aquel turismo con el que se pretende hacer compatible el disfrute de la naturaleza y el respeto al equilibrio del medio ambiente, es un turismo especializado en el que la trilogía ambiente, salud y habilidades técnicas, se mezclan para dar cobertura a una actividad nueva. (OVETUDA, 2005, p. 3-4)

Para Gutiérrez (2009) turismo de aventura es

Una experiencia física y vivencial al aire libre donde se percibe el riesgo al que se somete la propia vida y la de los demás compañeros en cada actividad (...), se adecúa a impresionantes escenarios naturales donde se lleva a cabo y es perfectamente complementario y solidario con el medio ambiente. (Gutiérrez, 2009, p. 161)

De los tres enunciados anteriormente estudiados se pudo rescatar siete elementos fundamentales sobre este tipo de turismo los cuales son: El riesgo, la actividad, el motivo, desempeño, la experiencia previa, el interés especial y el medio ambiente. Debemos mencionar que estos son características propias del turismo de aventura.

Este tipo de turismo durante esta década ha acaparado la atención de muchos turistas que gustan de este tipo de actividades, no por nada en las actuales tendencias del turismo ocupa el segundo lugar de motivación de viaje según estudios realizados por la Organización Mundial de Turismo.

2.2.3 Tipos de turismo de aventura

Dentro de la clasificación del turismo, el turismo de aventura se encuentra sub clasificada en el turismo de Interés Especial, este tipo de turismo se caracteriza por estar compuesto por "una amplia categoría de turismo basado en intereses

El Dr. Joseph T. O'Leary es profesor del Departamento de Forestación y Recursos Naturales, de la Universidad Purdue. Se presentó una versión anterior de este artículo en la Conferencia Anual de 1996 sobre Educadores en Turismo y Viajes que se realizó en Ottawa, Canadá, octubre de 1996

concretos de los turistas, incluye naturaleza, cultura, historia y otros (...)” (Arias, 2006, p. 45). Además esta autora indica que el turismo de interés especial a la vez se divide en “Aventura Hard o extrema, aventura Soft o convencional y el de aventura “Especial Interest” o “Light” (Ídem)

2.2.3.1 Aventura Hard o extrema

Turismo donde se realizan actividades que requieren de entrenamiento, esfuerzo y tienen un grado de exigencia física y riesgo (Arias, 2006). Dentro de este subtipo de turismo se pueden realizar actividades como: El Rafting. El Biking. La escalada de roca y hielo. Los vuelos en delta. El kayaking etc.

El Andinismo que es parte del estudio está inmerso en el tipo de turismo de aventura hard o extrema. Ya identificado el tipo de turismo que será parte de nuestro estudio es necesario conocer un poco de historia sobre el Andinismo en nuestro país.

2.3 EL ANDINISMO COMO ACTIVIDAD TURÍSTICA

En las últimas décadas el Andinismo sea convertido en una opción más de tiempo libre, actualmente en las montañas se busca descanso, recreo, contacto con la naturaleza. Un espacio para encontrarse con uno mismo, donde el sonido del silencio tiende hacer meditar a las personas.

Las montañas desde siempre han sido lugares de destino turístico. En los continentes, constituyen un atractivo para quienes buscan aventura, un clima refrescante y la práctica de deportes de aventura como la escalada, el esquí, snowboard etc.

Un estudio realizado por la OMT menciona lo siguiente “Tanto vertical como horizontalmente, las variedades que albergan las montañas del mundo es inmensa. Las condiciones ecológicas pueden cambiar a escasos metros de altitud” (Ob. Cit. OMT, 2005, p. 286). Ante esta coyuntura el Andinismo es una actividad atractiva para aquel segmento que gusta escapar de lo rutinario.

Bolivia cuenta con una amplia ventaja pues cuenta con un enorme potencial la cordillera de los Andes y la cordillera Real, existe la necesidad de prestar mayor importancia a este tipo de actividades que pueden ser realizadas en el territorio boliviano.

Los deportes extremos muchas veces son vistos como actividades muy peligrosas, actividades que muchas veces segaron la vida de aquellas personas que los practican. Esta premisa tiene algo de verdad sin embargo día a día son más las personas que incursionan en la práctica de este tipo de deportes, esto por la necesidad que tienen de alejarse de la vida rutinaria en las grandes urbes.

La Organización Mundial del Turismo afirma "Las montañas siempre han sido un lugar de destino turístico (...). Constituyen un atractivo para quienes buscan aventura, clima más frescos durante el verano, practicar deportes y disfrutar de los numerosos bienes culturales de las montañas (...)" (Ob. Cit. OMT: 2005 p.286).

Al carecer de información acerca del Andinismo, es necesario recurrir a personas que practican esta actividad turística para rescatar un poco de información, para Mario Miranda, miembro activo del Club Andino Boliviano¹³ (Entrevista personal, realizada el 06 de Mayo de 2011), el Andinismo es

Un deporte que consiste en realizar viajes hacia las montañas con el objetivo de practicar la escalada de roca hielo, actividad que requiere de técnicas, habilidades tanto físicas como psíquicas y material especializado. Esta actividad permite escapar de lo rutinario en las ciudades y compartir con la naturaleza momentos de meditación

La actividad del Andinismo como cualquier otro deporte requiere para su práctica una previa experiencia, el equipo necesario y preparación física y psíquica.

Para la escalada de alta montaña, el campo de juego es la naturaleza; que con sus particularidades ambientales, modifica sustancialmente la actividad

¹³ Club Andino Boliviano es una institución dedicada al fomento y desarrollo de la actividad de alta montaña en Bolivia.

deportiva según la época del año, la altitud, la temperatura o la climatología del día.

Por lo tanto, este deporte es de gran complejidad por las diferentes técnicas que se utilizan en su práctica, por los diferentes materiales especiales, por la variabilidad del escenario visitado y por la necesidad de mantener un nivel de seguridad permanente, lo que hace el montañismo precise un desarrollo profesional ordenado.

Entre las actividades y deportes de montaña, el Andinismo es indudablemente la más complicada y peligrosa, ya que combina técnica, equipo especial y condición física. La práctica del Andinismo es un desafío a la destreza, habilidad y resistencia del ser humano que lo practica.

El diccionario Oxford define el Andinismo como un "Deporte que consiste en escalar altas montañas utilizando utensilios apropiados, como cuerdas y clavijas (...) es sinónimo de alpinismo y montañismo" (www.oxforddictionaries.com).

La interrogante es ¿dónde nace esta actividad?

La historia narra que la escalada nació en los Alpes europeos en el siglo XVIII conocido como Alpinismo, algunos autores definen al Alpinismo como

La práctica de la escalada tanto de paredes rocosas como de hielo, se realiza en la Alta Montaña, tanto en verano como en invierno y tiene como objetivo la realización de recorridos de dificultad. Estos no suelen estar equipados, y su dificultad es variable en función de la altura y la nieve. Es la actividad más peligrosa pues se añaden muchos peligros subjetivos y también la climatología muchas veces extrema. Su máxima representación se encuentra en las expediciones a las grandes cordilleras del mundo: los Andes, los Himalayas, etc. (Muñoz, 2008, p, 4)

La (Escuela de Alpinismo y Rescate Italiana, 2010, p, 1) indica que es muy difícil dar una definición de "Alpinismo (...). En un primer tiempo, con este término se quiso indicar una forma de actividad deportiva y recreativa que el hombre empezó a

realizar en la montaña (...), que comprende todos aquellos lugares a partir de los 700 msnm". A causa de la internacionalización de su práctica y el avance de nuevas actividades deportivas ésta noción en la actualidad es limitada. Nuevas actividades como el senderismo, downhill. Hiking han extendido su práctica hacia la montaña y para complicar un poco más el panorama se suma el creciente fenómeno del turismo de aventura que abarca un sinnúmero de actividades.

Para esta escuela, la verdadera escalada es la que se realiza al Estilo Alpino que se caracteriza por realizar la escalada a cumbre en un solo asalto desde el campo base, llevando alimento, equipo y ropa en las mochilas sin la ayuda de otros medios, no hay rutas establecidas con antelación, no hay campamentos de apoyo etc. Es la escalada más pura. "El Estilo Alpino no admite el uso de otros medios extras (bicicletas, motos, parapentes etc.)" (Ídem). Lo importante de el Estilo Alpino es que "abarca temas éticos y de desarrollo sustentable, sea en el ámbito deportivo o el sociológico, ya que por ejemplo, no admite el uso de guías de montaña y de una logística predeterminada" (Ibídem, p. 2).

En la actualidad "el Alpinismo es un deporte practicado por todo tipo de personas (...). Es una actividad sumamente saludable y aconsejable por varios aspectos" (Ídem), por terapia, para descargar el estrés acumulado, escapar de las ciudades, conocer otras culturas, entender escenarios nuevos etc.

Para la célebre Alpinista Edurne Pasaban¹⁴ el Alpinismo

Es un deporte que consiste en ascender montañas o escalar paredes.
Es un término utilizado en un principio sólo para definir la actividad montañera en los Alpes, pero que con posteridad se hace genérico a todas las montañas del mundo, de modo paralelo surgen las acepciones locales como Andinismo, Himalayismo o Pirineismo.
(www.20minutos.es/entrevistas)

¹⁴ Himalayista española en el 2010 se convierte en la primera mujer que escala con éxito las 14 montañas más altas del mundo, con el equipo de Al filo de lo Imposible.

“En la actualidad su uso se restringe a la práctica técnico deportiva en terreno nevado o de altura, comprende la noción de juego, libertad, compromiso, aceptación del riesgo y contacto con la naturaleza” (Ídem).

En ese entendido en la región de la cordillera de los Andes se ha adaptado este término al entorno natural, es decir el Alpinismo pasó a ser Andinismo. Ecuador uno de los países por donde pasa la cordillera de los Andes definen al Andinismo como una

Actividad cuyo fin es la ascensión y descenso de montañas; paredes de roca, nieve, hielo o mixtas; cascadas de hielo; glaciares; terrenos nevados; terrenos mixtos y similares de una escala de dificultad, compromiso o altitud, que requiere para ello, alguna o todas las técnicas de montañismo, escalada y el esquí. El andinismo de alta montaña implica niveles de dificultad mayores, con componentes agregados de condiciones extremas de meteorología, amplitud térmica extrema, fuerte exposición a las radiaciones ultravioletas, zonas de nieve perenne, condiciones ecológicas extremas con dificultad para la vida, (...). (Ecuador - Norma técnica Montañismo. 2012. p. 2)

Para los guías de montaña UIAGM asociados a la AGMTB en Bolivia, el Andinismo es

Una actividad turística que llega del continente europeo y se instala en la región de la cordillera de los Andes, una actividad que consiste en realizar expediciones por la Cordillera de los Andes de allí su denominación Andinismo, donde se tiene contacto con la naturaleza y se practica la escalada en hielo y alta montaña, en nuestro territorio la preparación se realiza mediante caminatas de diferentes niveles, escalada en roca y la aclimatación correspondiente, además de esto se requiere de un equipo de montaña catalogado y estandarizado por la UIAGM” (Miranda, José¹⁵, 2016 - Guía de Montaña UIAGM)

¹⁵ Guía de Montaña UIAGM, que en la actualidad tiene una de las agencias especialistas en turismo de montaña “Altitud 6000”, la misma opera durante todo el año.

Sergio Condori Vallejos¹⁶ uno de los guías de montaña más reconocidos en el ámbito del turismo de montaña, define al Andinismo como un

Deporte de montaña que no nace en nuestra región, sino mas bien se adapta a nuestro entorno geográfico de la cordillera de los Andes, este deporte se inició en la región de Chamonix Francia motivada por otras actividades como ser la búsqueda de cristales preciosos, minerales, la ganadería etc. como actividad turística se inicia en Inglaterra con los tours organizados, ". (Condori, Sergio, 2016 - Guía de Montaña UIAGM)

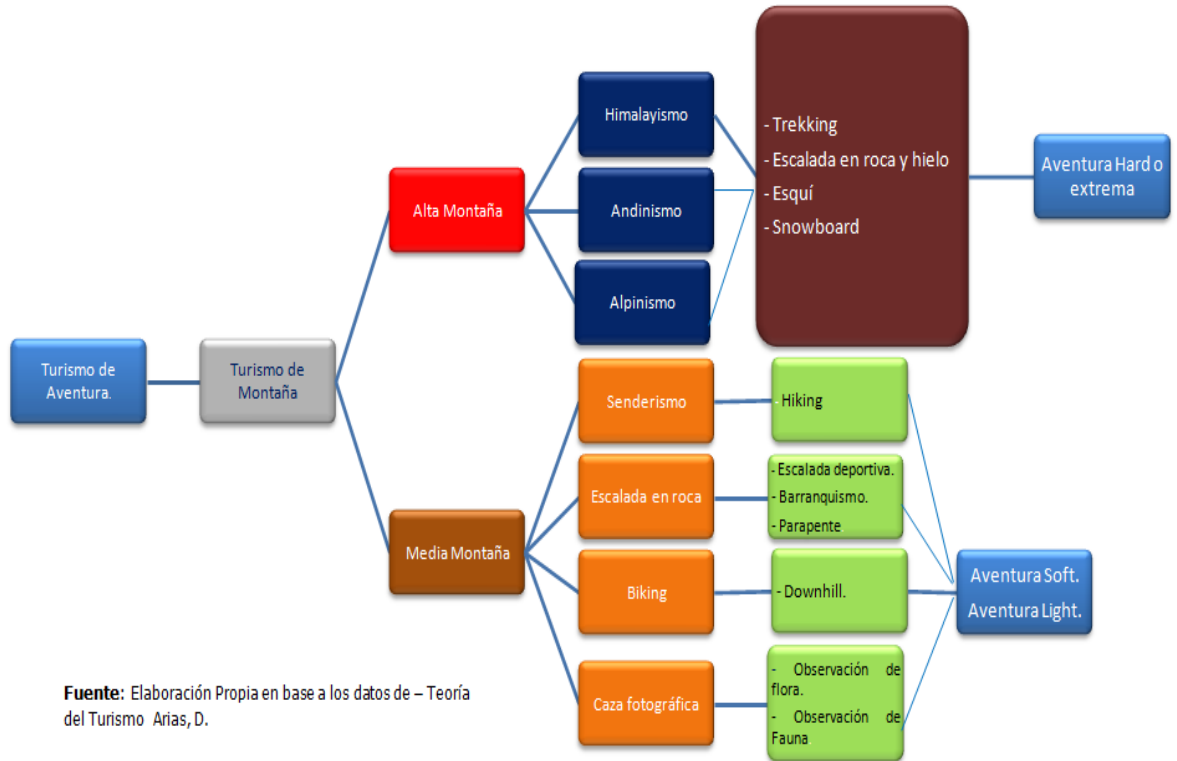
Así mismo indica que para la práctica de este deporte se requieren ciertos elementos y previa preparación.

La preparación básica que se requiere para la práctica de esta actividad se centra en la escalada en roca con los diferentes módulos que presenta esta actividad. Así mismo se requiere un equipo técnico que consta de diferentes instrumentos estandarizados a nivel mundial, y los mismos tienen diferentes utilidades (...). (Ídem)

Por todo lo señalado si bien existen muchas similitudes en el concepto y actividad que engloban los términos de Alpinismo, Andinismo e Himalayismo donde el riesgo, la motivación, el encuentro con uno mismo, el entorno natural están presentes durante su práctica, también se encuentran diferencias en su práctica como por ejemplo la escalada alpina. No obstante para los fines del presente trabajo son más las similitudes que las diferencias. Una vez señalado esto se presenta a continuación un esquema de jerarquización de esta variable de estudio.

¹⁶ Guía de Montaña internacional de nacionalidad boliviana que es uno de los más reconocidos a nivel nacional, pues realizó el curso de monta en Francia y Austria y Suiza, llegando a ser instructor de la AGMTB y su escuela de formación de guías de montaña..

Esquema de jerarquización de conceptos



La magia que ejercen las montañas sobre el hombre desde tiempos inmemoriales, hacen que este deporte sea la elección de cada vez más adeptos. A diferencia del excursionismo, la práctica del Andinismo requiere de tres componentes que son: Sólidos conocimientos técnicos, excelente estado físico y equipo especializado.

2.3.1 Elementos componentes de la práctica del Andinismo

2.3.1.1 Conocimientos técnicos

Los conocimientos técnicos hacen referencia a procedimientos claros y sencillos que una persona debe conocer si desea practicar la escalada, las cuales deben ser usadas cuando se practique dicha actividad. Se debe señalar que existe una multitud de ellos unos más complicados que otros, más información en (Manual de enseñanza la Escalada, 1999, p. 90).

2.3.1.2 Estado físico y Psíquico

Así como conocer técnicas que permitan desarrollar de manera óptima este deporte, la persona que lo practica también debe poseer un estado físico adecuado, pues se enfrenta a un reto con la naturaleza y el mínimo descuido sería fatal.

Este tipo de deporte se caracteriza por una sobre exigencia del cuerpo, porque se deben enfrenta a retos que no todos los días una persona enfrenta; como a todo deporte la frase, cuerpo sano y mente sana hace referencia a un desarrollo muscular y Psicológico. No por nada este deporte es considerado Hard o extremo.

Una preparación requiere de días de entrenamiento, el cual debe realizarse en diferentes espacios geográficos para preparar el cuerpo y la mente, los ejercicios rutinarios son recomendables para fortalecer los músculos del cuerpo.

Cuando hablamos de estado físico también debemos hacer referencia a los hábitos alimenticios de una persona, cuando se realiza o practica el Andinismo se pierden muchas calorías las cuales deben ser repuestas por los carbohidratos, es necesario preparar un itinerario de las provisiones antes de salir a realizar este deporte. Esto para enfrentarnos a "nuestros grandes rivales" las montañas, el clima y la altura.

La aclimatación es de vital importancia porque permite al cuerpo adecuarse a condiciones en muchos casos son extremas.

2.3.1.3 Equipo especializado

Los materiales técnicos son también importantes, sin la ayuda de estos la práctica de cualquier deporte sería más difícil e incrementaría la complejidad, es necesario contar con el equipo necesario para la práctica de este deporte, esto coadyuva con la seguridad del grupo de personas que practica Andinismo.

Los principios fundamentales de la escalada siguen siendo válidos, variando algunas de las normas o reglas prácticas, debido fundamentalmente a la aparición de nuevos instrumentos: el piolet y los crampones. Ambos materiales serán de empleo indispensable en numerosas actividades realizadas en este medio. (Manual de enseñanza la Escalada, 1999, p. 90)

En el pasado cuando no se contaba en el equipo necesario, esta actividad cobró muchas vidas en todas las montañas del mundo, esto hizo que las comunidades que estaban asentadas en las montañas consideren a las mismas como sus dioses protectores a las cuales veneraban y adoraban.

Muchas de las culturas asentadas a las faldas de las montañas decían que las montañas escondían en sus entrañas seres mitológicos que cuidaban esos lugares de personas extrañas (extranjeros). Ya que estos no respetaban ni creían en su divinidad.

Hoy se sabe que los diferentes accidentes en montaña se deben a ciertos factores, la carencia de equipo técnico, la falta de comunicación para el monitoreo, las malas decisiones tomadas por la falta de oxígeno en las montañas, la inexperiencia de las personas etc.

2.3.2 Evolución de la actividad del Andinismo

El Alpinismo se inició en Europa en el siglo XVIII en los países de Austria, Alemania, Francia que comparten la región cordillerana de los Alpes.

Los siguientes datos fueron extraídos del Documento titulado (Plan de desarrollo turístico sostenible para el destino - producto huayna potosí, 2009) disponible en la web.

Haciendo un poco de historia se puede distinguir que el alpinismo como deporte comenzó en Europa en el siglo XVIII cuando rebaños de shemuas¹⁷ eran domesticados, éstos subían a las cuestas de las montañas y sus pastores no podían bajarlos, es así que los pastores buscaban maneras para llegar a ellos; con la ayuda de bastones y cayados de madera pudieron llegar hasta pequeñas cumbres con nieve y al ver los maravillosos y espectaculares paisajes, nació en el hombre la necesidad de llegar cada vez más alto". (Plan de desarrollo turístico sostenible para el Destino - Producto Huayna Potosí, 2009: p.6)

En primera instancia las intenciones de los hombres se centraban en coronar el "Mont Blanc¹⁸, que fue coronado con éxito por primera vez en 1786." (Ídem). Sin embargo el hito más grande fue logrado el año 1953 cuando el "neozelandés Edmund Hillary conquista del Everest y abrió el camino a la masificación del ya considerado turismo de montaña." (Ídem).

Desde ese memorable año se fueron conquistando nevados cada vez más altos, (...), poco a poco las cumbres continentales fueron conquistadas; en Asia el Everest, en Europa el Elbrus, en África el Kilimanjaro, en Oceanía el Puncak Jaya, en la Antártica el Monte Vinson y en América en enero de 1897, durante la segunda expedición del alpinista Fitz Gerald junto al guía suizo Mathías Zurbriggen, lograron por primera vez en la historia alcanzar la cúspide del Aconcagua¹⁹". (Ídem)

El Turismo de montaña se consolidó como actividad turística con la conformación de la Unión Internacional de Asociaciones Guías de Montaña (UIAGM), conformada y fundada por guías de montaña de Suiza, Austria, Francia e Italia, en 1965. En el presente esta asociación agrupa a las diferentes asociaciones de los diferentes países. "Bolivia pudo acceder recién en los años 90's". (Ídem).

Adentrándonos a nuestro país, según (Alain Mesili, 1984), en su libro *La Cordillera Real de los Andes Bolivia*; menciona que esta cordillera recibió su

¹⁷ Especie de cabra que vive en los Alpes franceses.

¹⁸ En italiano, *Monte Bianco*, montaña de los Alpes occidentales situada en la frontera entre Francia e Italia. El pico se sitúa en el departamento francés de Haute-Savoie y es uno de los puntos más altos de Europa con 4.807 m.s.n.m.

¹⁹ la montaña más elevada del continente americano con 6.969 m.s.n.m. ubicada en Argentina.

nombre por parte de los españoles de la colonia en 1570, éstos impresionados profundamente por su majestuosidad y su inaccesibilidad la llamaron "Cordillera Real". (...) (Ídem)

Poco a poco las montañas en la cordillera Real fueron conquistadas. "Un grupo de austriacos en su exploración en el macizo Illampu al ver la majestuosidad de las montañas de esta región la llamaron "Der Himalaya der Neuen Welt" que traducido al español significa "El Himalaya del Nuevo Mundo" (ídem).

En 1877 Charles Wiener fue el primer hombre en llegar a la cima del nevado Illimani con la ayuda de un grupo de comunarios de la región. En 1953 Lionel Terray escaló la cara sur del Illimani abriendo una nueva ruta. Así mismo el Francés Alain Mesili, es considerado pionero de la actividad del Andinismo en nuestro país.

Alain Mesili abrió muchas de las rutas ahora escaladas en el Huayna Potosí, personaje considerado pionero para el desarrollo del Andinismo, que además éste trabajó con la agencia de turismo TAWA que fue una de las primeras agencias que ofertaron productos para el turismo de montaña. Se dio inicio a las operaciones turísticas en el destino. (Ídem)

Personajes como el señor Alfredo Martínez, "Coco" Sánchez, ambos personajes que incentivan la creación de la pista de Esquí en el nevado Chacaltaya atractivo ícono en los años 60. Personajes como Bernardo Guarachi²⁰, han contribuido al desarrollo del Andinismo en nuestra región, así mismo "Muchos intentos de bolivianos agrupados en el Club Andino Boliviano (CAB), fundado en 1939, fracasaron en el intento de explorar nuevas rutas en las cumbres de la Cordillera Real, debido a la falta de equipo técnico de escalada". (Íbidem, p. 7)

El Huayna Potosí era una de las montañas extremadamente misteriosa, se cobró muchas vidas de hombres que se atrevían a coronar su cima. Sin embargo en 1919 es coronada con éxito por R. Dienst y O. Lohse, el primero alemán y el segundo austriaco. Dando paso así a la actividad del Andinismo en esta montaña mística.

²⁰ Guía de montaña boliviano que coronó el Everest en 1998 y fue el primer boliviano en lograr esta proeza.

“En 1945 toda el área fue Declarada Área Protegida Tuni Condoriri, pero nunca se materializó por las diferentes problemáticas del área” (Íbidem p. 8). Sobre todo la jurisprudencia disputada entre los municipios vecinos.

En la actualidad el nevado Huayna Potosí se encuentra en una fase de Desarrollo ya que se introdujeron nuevas facilidades para el turista; paquetes turísticos accesibles, guías de montaña capacitados, construcción de algunos refugios de media montaña etc.

Sin embargo hay mucho trabajo que hacer, Mesili en su libro resalta la siguiente declaración:

La cordillera Real para los americanos es uno de los últimas regiones del globo todavía poca explotadas (...). Es la aventura del principio de siglo (...), somos nosotros que la ignoramos decía un alto oficial del ejército boliviano pero no estamos preparados para enfrentar nuestra realidad geográfica, no es que seamos inconscientes de la importancia que representa la cordillera Real y nuestras montañas en su conjunto (...). (Ob.cit. Mesili, 2007, p. 106)

2.4 TEORIAS Y ENFOQUES DEL DESARROLLO

En el pasado existían dos maneras de entender lo que era desarrollo, por una parte estaba el enfoque económico y por otro lado el humanista. Hoy en día diferentes disciplinas realizan estudios acerca de este término, algunos estudian el desarrollo desde un enfoque social, otros lo hacen desde un enfoque ambiental y así un sin fin de disciplinas realizan investigaciones de este término tan complejo, pues involucra intereses de diferente índole.

En la presente investigación analizaremos este término desde cuatro enfoques, el primero orientado a un enfoque económico, posteriormente el desarrollo desde un enfoque social, seguidamente el enfoque ambientalista y por último el enfoque humanista.

2.4.1 Enfoque económico de Desarrollo

El concepto de desarrollo fue antecedido por otros términos en el pasado además de progreso, civilización, evolución, riqueza y crecimiento. La riqueza era indicadora de prosperidad o decadencia de las naciones.

En ese entendido el término ha ido "evolucionando", para Valcárcel (2006) que cita a Ragnar Nurske (1953), Arthur Lewis (1955) y Paul Baran (1957), miembros de la naciente escuela de la economía del desarrollo en Norteamérica en los años 50. Estos personajes sostenían su premisa fundamental, que decía

La acumulación de capitales era el eje central del desarrollo y que éste se había hecho realidad gracias a la ampliación del sector moderno industrial de la sociedad. Así mismo sostenían que la mejor manera de lograr el desarrollo era a través de la inversión de capitales físicos. (Valcárcel, 2006, p. 7)

Entonces, según estos representantes norteamericanos de la economía, el desarrollo viene a ser la acumulación de capitales económicos y la inserción de la tecnología en los procesos productivos. Dos elementos que se deben rescatar para nuestro análisis.

Un estudio realizado por el Instituto de bienestar rural (2004) hace referencia a lo siguiente,

Desarrollo es un proceso caracterizado por una rápida acumulación de capital, la elevación de la productividad, la introducción y mejora de nuevas técnicas, la diversificación de la producción y la oferta, la capitalización agraria, el aumento de la población (en especial de la población económica activa), la creación y perfeccionamiento de la infraestructura. (I.B.R., 2004, p. 1-2)

Este estudio realizado por esta institución paraguaya rescata dos elementos mencionados anteriormente y añade uno que nos parece interesante, el aumento de la población en especial de la población económica activa.

Guachalla que cita a Mario Bunge que menciona “el desarrollo desde una perspectiva económica es simplemente el crecimiento del Producto Interno Bruto de un país” (Guachalla, 2007: p. 19). El PIB (concepto económico que refleja el valor total de la producción de bienes y servicios de un país en un determinado periodo (por lo general un año). Casi todos los países industrializados consideran que el PIB es el mejor indicador de la actividad económica). Así mismo Bunge menciona que también se requieren de aquello que él llama factores adicionales. Por una parte

- La expansión se produzca dentro de un marco de aprovechamiento integral de los recursos humanos y naturales.
- Mejor distribución de la renta ganada e impulsando la incorporación de técnicas y tecnología más modernas.

Rescatando lo mencionado por los diferentes autores representantes de la economía. El desarrollo es simplemente la interrelación existente entre el capital económico, la inserción de tecnología, técnicas modernas de producción y la elevación de la productividad que está asociada con el incremento de la población económicamente activa.

En palabras simple esto nos lleva a lo que hoy se denomina “industrialización”. La industrialización viene a ser la transición de una sociedad agrícola a una sociedad industrial, acompañada de un crecimiento de la renta y de la productividad.

Para que esto pueda ocurrir, la oferta de productos agrícolas tiene que satisfacer la demanda. Para que el proceso de industrialización sea sostenido y viable es necesario que la demanda de productos agrícolas se satisfaga, bien mediante importaciones, o bien mediante aumentos en la productividad agrícola nacional.

En este sentido el desarrollo desde un enfoque económico viene a ser el crecimiento del Producto Interno Bruto que está asociado a la industrialización.

2.4.2 Enfoque social de Desarrollo

Las ciencias sociales al igual que la economía intentan definir el término desarrollo desde un enfoque social. El punto de partida para realizar su estudio y posteriormente arribar a una noción general sobre el desarrollo es la pobreza y las desigualdades que existen dentro del sistema social.

Un estudio realizado por Plaza (2006). Docente de la Universidad de Oxford menciona lo siguiente,

Los enfoques de desarrollo se caracterizan, usualmente, por un estilo de pensamiento orientado a intervenir en la sociedad, mediante políticas y programas de acción sustentados en objetivos y metas medibles a través del tiempo.

De esta manera, los enfoques proceden con un conjunto de presupuestos sobre la dinámica social, y diseñan imágenes objetivo e instrumentos para alcanzarlos, y generan modelos de desarrollo que atienden a variables macro sociales y económicas y a sus interrelacionales, pero descuidan las características y naturaleza de la sociedad en la cual quieren intervenir (Plaza, 2006, p. 1).

Esto significa que cualquier enfoque sobre desarrollo se orienta en la intervención dentro la sociedad.

Sociedad que hoy en día enfrenta un enorme problema que ya lo habíamos mencionado anteriormente la pobreza, este es un problema mundial por eso año tras año se convoca a cumbres internacionales mundiales, la más destacada y reconocida fue realizada en el año 2000, donde asistieron representantes de todos los países. Resultado de esto se plantearon los objetivos del milenio (ODM.s), cuyo punto de partida es erradicar la extrema pobreza.

En ese sentido se ha trabajado mucho con las ciencias sociales con el objeto de orientar el desarrollo hacia un norte sin desigualdades. El Instituto de Bienestar Rural (I.B.R.) con sede en Paraguay determina que el desarrollo desde un enfoque social, "es el mejoramiento total del hombre, no solo en el aspecto económico, sino en todos los aspectos que lo habiliten para participar eficientemente en los procesos dinámicos de la sociedad en que vive" (I.B.R. 2004, p. 5).

El desarrollo se debe considerar como la satisfacción de las necesidades básicas para una vida adecuada. Según esta institución se entiende por calidad de vida "la posesión, el uso y el consumo de ciertos artículos, bienes y servicios hechos que permitan a cada individuo satisfacer dignamente por lo menos una mínima parte de sus necesidades de exigencia" (Ibídem, p. 5-6).

Para el I.B.R. (2004), el desarrollo debe ser una condición social dentro de un país, en la cual las necesidades auténticas de su población se satisfacen con el uso racional y sostenible de recursos y sistemas naturales. La utilización de los recursos estaría basada en una tecnología que respeta los aspectos culturales y los derechos humanos.

Esta definición general de desarrollo incluye la especificación de que los grupos sociales tienen acceso a servicios básicos como educación, vivienda, salud, nutrición, y sobre todo, que sus culturas y tradiciones sean respetadas dentro del marco social de un Estado o Nación.

Para Rojas (2004) El desarrollo desde un enfoque social se caracteriza por ser,

Un proceso de mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad en su conjunto, la cual se refleja en la satisfacción de las necesidades básicas de la sociedad, la realización personal y por último la realización social (conjunto de la sociedad). (Rojas, 2004, p. 32)

Como se ha podido observar hasta el momento, el enfoque social de desarrollo está orientado en el mejoramiento de la calidad de vida de los miembros de la sociedad, satisfacción de las necesidades básicas que viene a ser el derecho a la salud, la

educación, alimentación, vivienda, el trabajo etc., satisfacer las necesidades básicas con la ayuda de los recursos naturales aprovechados con la tecnología.

Sin embargo la introducción de la tecnología sin consultar a los actores sociales para su aplicación a generado un efecto temporal hasta la conclusión de proyectos, posterior a los cuales la región y la comunidad donde ha sido implementada, no ha sentido cambios permanentes, que favorezcan la elevación de la calidad de vida y más bien se ha mantenido en un estancamiento y atraso, debido a que no existe compromiso social".

(I.D.R. 2006, p. 8)

Este ultimo enunciado refleja claramente no se mejora la calidad de vida solo con la inserción de tecnología para elevar el PIB, sino que necesariamente cualquier intervención para enfrentar la pobreza y desigualdades sociales, es tener muy presente el "compromiso social"²¹, el cual permitirá mejorar la calidad de vida en todos los aspectos sociales y no solamente en una parte de ellos.

2.4.3 Enfoque Ambiental de Desarrollo.

El planeta entero en estos últimos 20 años ha sufrido diferentes cambios, cambios en sus ecosistemas, su clima, en los recursos hídricos etc., los cambios climáticos que afectan al mundo entero producto del incremento de los gases de efecto invernadero.

Ante esto no se pueden ser indiferentes pues esto afecta a todos los países del planeta y por ende a cualquier actividad sea social, económica. En nuestro caso la actividad turística, en este sentido la importancia del desarrollo sostenible es prioritaria, pues los destinos de montaña en el mundo entero han sufrido cambios.

Este cambio se debe en gran medida al impacto de la actividad humana, tanto por provocar el aumento de los gases del invernadero como por modificar la capacidad de amortiguación del medio ambiente natural, la actividad turística contribuye notablemente a la producción mundial de los

²¹ Conocida hoy como R.S.E. Responsabilidad Social Empresarial.

del efecto invernadero mediante el transporte y el uso de energéticos. (Ob.
Cit. OMT, 2005, p. 171)

La I^o conferencia Internacional sobre el cambio climático - turismo (Djerba, Túnez, abril de 2003), convocada por la OMT, supuso una oportunidad única para que interesados y científicos intercambiaran opiniones sobre las consecuencias, las oportunidades y riesgos a los que se enfrenta el sector turístico como consecuencia de los cambios climáticos. El principal resultado es determinar que el turismo se ve afectado por los cambios, especialmente en los destinos turísticos de zonas costeras y montañas, el turismo también contribuye a la causa de los cambios.

El empeoramiento de las condiciones de la nieve está afectado directamente al turismo de alta montaña, Los efectos climatológicos pueden traer consigo problemas y oportunidades para el destino turísticos y alterar notablemente el flujo turístico, a pesar de esto,

El turismo sigue siendo una actividad en constante crecimiento y con una tendencia a la expansión (...). Las nuevas exigencias de la demanda a las que se hacía referencia, tienen que ver con la cada vez mayor preponderancia de la autenticidad cultural y el equilibrio medio ambiental de los destinos que deben sustentar la base de su calidad. (Caero, 2007, p. 16-17)

Como se indicó en el informe de 1987 Our Common Future presentado por La Comisión Mundial sobre el medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas, se definió el desarrollo sostenible como la que atiende a las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de generaciones futuras para atender las suyas propias (cumbre de la tierra 1992).

La OMT define el desarrollo sostenible de la siguiente manera. "El desarrollo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de la regiones receptoras y al mismo tiempo proteger y fomentar las oportunidades para el futuro" (OMT, 1999, p. 23).

Una definición interesante de sostenibilidad en el informe de Brutland la agenda 21 para los viajes y turismo que menciona lo siguiente,

El desarrollo sostenible ha de ser el objetivo esencial de toda actuación o implantación turística, en cuanto se han de preservar los valores y recursos naturales del presente para su disfrute por parte de generaciones futuras. Esto se traduce en procedimientos de PLANIFICACION y técnicas de manejo basadas en la conservación, protección y racional gestión de espacios y elementos de valor natural. (Ídem)

Así también las instancias gubernamentales de nuestro país tienen un lineamiento sobre el turismo sostenible. La Constitución política del Estado en su capítulo cuarto título II Medio Ambiente, Recursos Naturales, Tierra y Territorio, en el artículo 342 menciona: "Es deber del Estado y de la población conservar y proteger y aprovechar de manera sustentable los recursos naturales y la biodiversidad, así como mantener el equilibrio del medio ambiente".

Para el Viceministerio de Turismo instancia encargada de la actividad turística en nuestro territorio.

El turismo sostenible en Bolivia debe ser una actividad económica basada en las comunidades locales, que se dirige a presentar el patrimonio natural y cultural del país y las comunidades locales, a la vez que se mantenga e incrementen las oportunidades de aprovechamiento de dichos recursos por parte de las futuras generaciones.

El turismo sostenible por tanto, incluye las actividades de ecoturismo y etnoecoturismo, en la medida en que su práctica actual no signifique una pérdida de los valores de identidad cultural, viabilidad de procesos ecológicos, diversidad biológica, calidad ambiental y aprovechamiento económico futuro. (VMT, 2006, p. 2)

Sostenibilidad y sustentabilidad ambas palabras rescatadas de los enunciados tienen el mismo significado sin embargo se diferencian una de la otra en sus lineamientos, la sostenibilidad están orientadas a lo social, económico cultural y ambiental,

mientras la sustentabilidad además de los lineamientos mencionados anteriormente incorpora lo político y en especial el tiempo como lineamiento fundamental.

Con todos estos elementos se concluye que el desarrollo sostenible es el aprovechamiento eficiente de los recursos naturales y culturales sin afectar los intereses de generaciones futuras, dicho aprovechamiento se ve traducidas en el respeto y una buena planificación basado en la sustentabilidad. Así mismo se debe generar una sostenibilidad económica, social, cultural ambiental y política que trasciendas en el tiempo.

Como se había mencionado antes el desarrollo sostenible debe ir relaciona íntimamente con el turismo ya que éste es el camino a seguir hacia la sustentabilidad, con el objetivo de conservar y preservar toda aquella potencialidad con la que cuenta el país, a fin de no afectar los intereses de generaciones futuras.

Si bien en nuestro país este concepto de sostenibilidad recién hace poco sea dado a conocer, es necesario orientar o mejor dicho, re direccionar hacia ese norte el desarrollo de la actividad turística para la obtención de mejores resultados sean estos económicos, culturales, sociales y medio ambientales.

Como ya lo dijo Molina (1998) (...) crear un nuevo umbral del desarrollo en el que más allá de perseguir la viabilidad de la actividad turística, se busca satisfacer las necesidades de comunidades y turistas y de quienes operan negocios con el criterio de sustentabilidad (...) Orientar esfuerzos y obtener resultados concretos que mejoren el nivel de bienestar de las poblaciones (...) Fomentar la evolución de la ecología para mantener la vitalidad y biodiversidad de los recursos disponibles en el planeta. (Molina, 1998, p. 37-39)

En el proceso de investigación se pudo constatar que la sostenibilidad posee ciertos principios que a continuación serán presentados:

2.4.3.1 Principios de sostenibilidad

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2005, p.11) hace referencia a directrices o principios de sostenibilidad, que se orientan a los aspectos ambientales, económicos y socioculturales del desarrollo del turismo, debiéndose establecer un equilibrio adecuado entre estas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Así pues el turismo sostenible debería:

- Dar un uso óptimo de los recursos ambientales
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas
- Asegurar actividades económicas viables a largo plazo

Que respondan a todos los interesados unos beneficios socioculturales bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los interesados relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuado y requiere un seguimiento constante de los impactos para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

El turismo sostenible "debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles" (Ob. Cit. OMT 2005, p.10).

Es entonces, que los principios de sostenibilidad están orientados en estas tres amplias directrices que son el uso eficiente de los recursos ambientales para su conservación respetando los derechos de uso de generaciones futuras, el respeto a la autenticidad sociocultural de comunidades locales para su preservación y la

aseguración de actividades económicas viables a largo plazo que beneficien a la comunidad local, los operadores turísticos y no afecten al medio ambiente.

En este sentido es necesario tomar conciencia y conocimiento de las dimensiones del desarrollo sostenible para el buen desarrollo de la actividad turística y dirigirla al desarrollo eficiente que contribuya al desarrollo de las poblaciones.

Para La liga de defensa del medio ambiente LIDEMA (1985) el desarrollo desde un enfoque ambiental

Busca prioritariamente mejorar la calidad de vida de los habitantes, satisfaciendo las necesidades humanas del presente y no comprometiendo los recursos de las necesidades de generaciones futuras. Es un proceso armónico donde el crecimiento económico, la explotación de recursos y toda transformación deben estar en torno a las necesidades de generaciones presentes y futuras. (LIDEMA, 1985, p. 31-32)

Este enfoque ambiental sobre desarrollo añade además la sostenibilidad que en los casos anteriores el económico y lo social no mencionan para nada. Podemos observar que el termino desarrollo poco a poco ha ido evolucionando. Al principio solo se hablaba de crecimiento económico, posteriormente satisfacción de necesidades básicas (mejoramiento de la calidad de vida) de la sociedad en su conjunto, hasta la más reciente satisfacer las necesidades tanto de la sociedad del presente sin afectar las necesidades de las futuras generaciones.

2.4.4 Enfoque del desarrollo humano.

Este es ultimo enfoque que analizaremos tiene como máximo representante al Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD mencionado por Escobar (2009), esta definición establece que,

El desarrollo humano parte de un proceso de toma de conciencia y reconocimiento de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, implica que la sociedad mejore las condiciones de vida de sus miembros a través de un incremento de los bienes con los que puede cubrir sus

necesidades básicas y complementarias y al mismo tiempo, de la creación de un entorno en el que se respeten los derechos humanos. (Escobar, 2009, p.10)

A principio del siglo XX se confundía crecimiento con desarrollo. El crecimiento es económico pues es la creación social de riqueza, de producción de medios para generar riqueza, mas el desarrollo propiamente dicho supone la distribución equitativa de la riqueza creada, en este enunciado lo más relevante es la palabra equidad.

A hora bien entre los años 70 y 80 se comprobó que el incremento de los bienes no era suficiente para alcanzar la mejora en la calidad de vida, así mismo, la realización del ser humano como tal. Es aquí donde aparece el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD (2004). El cual determina una serie de características que median a la hora de tratar de definir lo que se entiende hoy por desarrollo humano.

Esta definición deriva en cuatro consideraciones. Tales consideraciones Molerio (2007) las plasma en la revista Iberoamericana de Educación, dependiente de la OEI Organización de los Estados Iberoamericanos.

Primero el desarrollo humano se centra directamente en el progreso de la vida y el bienestar humano, es decir es una valoración de la vida.

Segundo el desarrollo humano se vincula con el fortalecimiento de determinadas capacidades relacionadas con toda la gama de elementos que una persona pueda ser o hacer en su vida, en la posibilidad de que todas las personas aumenten su capacidad humana en forma plena y den a esas capacidades el mejor uso en todos los terrenos, ya sea el cultural, económico, político, es decir en un fortalecimiento de sus capacidades.

Tercero el desarrollo humano tiene que ver con la libertad de poder vivir como nos gustaría hacerlo, se incluyen las libertades de atender las necesidades corporales, las oportunidades de libertades sociales. Es decir tiene que ver con las libertades civiles.

Cuarto el desarrollo humano está asociado a la posibilidad de que todos los individuos sean sujetos a beneficios del desarrollo, es decir con su constitución como sujeto. (Molerio 2007: p. 1-3)

Así mismo el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo define al desarrollo humano como,

(...) un proceso mediante el cual se amplían las oportunidades de los individuos, las más importantes de las cuales son una vida prolongada y saludable, el acceso a la educación y el disfrute de una vida decente. Otras oportunidades incluyen la libertad política, la garantía de los derechos humanos y el respeto a sí mismos. (PNUD, 1990, p. 20-25)

En ese entendido el PNUD (2004) para efectos de medición crea el Índice de Desarrollo Humano (IDH) que es una medición del desarrollo por país. El IDH se traduce en estos tres grandes ámbitos.

- Vida larga y saludable; medida por la esperanza de vida.
- La educación; medida por la tasa de alfabetización de adultos y la tasa bruta combinada con la matriculación en educación primaria, secundaria y superior.
- Nivel de vida digno; medido por el (PIB) per cápita y paridad del poder adquisitivo (PPA) en dólares, es decir estimando el costo de vida por país o zona de análisis.

Los indicadores presentados anteriormente dejan claro que aquellos países que han diseñado una política social estable y con suficiente contenido presupuestario, presentan un nivel de vida de su población urbana y rural superior a la del resto de los países de la región.

Estas diferencias son todavía más notorias en el caso de la población rural de centro América, como repercusión y resultado de su limitado acceso a servicios de salud, educación básica, agua potable y electricidad.

En conclusión, las principales causas que han acelerado el empobrecimiento de la población rural son:

- Tasas de crecimiento económico insuficientes para promover un incremento sustantivo de las fuentes de trabajo.
- Altas tasas de reproducción humana.
- Sesgo en las oportunidades de acceso a activos.
- Acceso limitado a los servicios sociales.
- Sesgo en las opciones de acceso al desarrollo de habilidades.
- Limitaciones en la participación de las mayorías en el poder político.
- Incremento en las tasas anuales de deterioro ambiental, debido a pérdidas irreversibles de cobertura boscosa, erosión y salinización de suelos y deterioro de la calidad del agua.
- Sistema institucional ineficiente e inapropiado para responder al desafío gigantesco que implica operacionalizar un modelo de desarrollo económico equitativo y sostenible.

Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD.

Como se pudo ver hasta este momento el desarrollo es un término muy complejo sin embargo cada enfoque estudiado anteriormente coincide de alguna manera en que el desarrollo debe estar orientado a la mejora de la calidad de vida y esto se logrará cuando la sociedad satisfaga sus necesidades básicas.

2.4.5 Desarrollo social como mejor alternativa para el turismo de montaña

Después de analizar los cuatro enfoques de desarrollo se llega a la conclusión que la mejor opción para el desarrollo de la actividad turística del Andinismo es enfocar esta actividad a un desarrollo de enfoque social, pues este enfoque se enmarca en el mejoramiento de la calidad de vida de los miembros de una sociedad y justamente esta es la premisa principal del turismo.

Mejorar la calidad de vida de las poblaciones locales mediante la satisfacción de necesidades básicas, la generación de fuentes de empleo, la capacitación constante de la población, la dotación de infraestructura y la regularización de las actividades del turismo de montaña, permitiría arribar a un desarrollo social que

beneficie a las comunidades locales, los operadores turísticos, los prestadores de servicios turísticos y las entidades reguladoras de la actividad turística.

2.5 Modelos de desarrollo en Bolivia antes del año 2006

A lo largo de la historia Bolivia tuvo diferentes modelos o planes de desarrollo antes de la Ley 1178 SAFCO, la planificación se caracterizaba por ser centralizada, sectorializada y vertical, sin participación de los actores sociales, los planes elaborados no tenían articulación con los niveles operativos se hacían planes pero no se formulaban los respectivos Planes Operativos Anuales (POA's).

Algunos planes de desarrollo antes de la Ley 1178 se presentan a continuación:

- El Plan Boham de 1941 que propuso el avance hacia el oriente y desarrollo de la agricultura.
- El Plan Decenal de 1961 donde se establecieron metas de desarrollo que no se cumplieron en su totalidad.
- La estrategia Socioeconómica de 1970 que planteó una lectura correcta de la realidad de entonces, quedando solo en eso.
- El Plan Quinquenal 1976-1980 que fue sepultada por la recuperación del sistema democrático.
- El Plan Nacional de Estabilización y Desarrollo de 1984-1987 caracterizada por la inestabilidad económica que repercutió en mandatos cortos de presidentes, es decir inestabilidad económica – política.
- La Estrategia de Desarrollo Económico Social 1989-2000 que en realidad era varias estrategias para resolver problemas identificado.
- Estrategia Nacional de Desarrollo 1992, que incorpora políticas transversales de género, pobreza, población y medio ambiente.

Después de la Ley SAFCO 1178 los planes de desarrollo elaborados fueron:

- El Plan General de Desarrollo Económico y Social (PGDES). "El cambio para todos" de 1994, llega a ser el primero documento de planificación que se

aprobó al comienzo de la gestión de gobierno, es la primera estrategia que se formula en el marco del SISPLAN (Sistema Nacional de Planificación).

- El Plan General de Desarrollo Económico y Social (PGDES) "Bolivia Siglo XXI País Socialmente Solidario" de 1998 que establece cuatro pilares equidad, dignidad, oportunidad e institucionalidad.
- La Estrategia Nacional de Desarrollo Agropecuario y Rural (ENDAR) de 2005

Ante este panorama se realizará el análisis de estos dos último planes de desarrollo.

El Plan General de Desarrollo Económico y Social (PGDES) "Bolivia Siglo XXI País Socialmente Solidario" de 1998

Que identificaba los pilares de equidad, dignidad, oportunidad e institucionalidad, refiere que Bolivia tiene condiciones, ecológicas y humanas para desarrollar la industria turística con énfasis en el ecoturismo y el turismo de aventura, pues 10% el país son parques naturales y áreas protegidas (PGDES, 1998 - 2002).

El desarrollo de esta industria debe estar en acción combinada entre el Estado y el sector privado "para edificar la infraestructura necesaria; así mismo, precisa de programas de formación técnica y de calificación de mano de obra (...) a fin de convertir al país en un gran receptor turístico"(PGDES, 1998 – 2002, pp. 25).

Este plan señalaba la imperiosa necesidad de

- Ejecutar programas de complejos de desarrollo turístico y complejos de sitios arqueológicos a fin de diversificar la oferta turística.
- La construcción y mantenimiento de sitios turísticos.
- Promocionar los atractivos turísticos nacionales.
- Mantener una oferta actualizada de productos turísticos.
- La conservación y preservación de los recursos naturales que tienen que ser sostenibles, mediante una gestión participativa que involucre a diferentes entidades públicas y privadas sin fines de lucro, comunidades y pueblos indígenas en el manejo integrado de las Aéreas Protegidas.

- Articulación de una red vial fundamental tanto interna como externa.
- La realización de Planes de Ordenamiento Territorial (PLUS -PLOT).

Tarea que deberían ser en coordinación entre CEPROBOL (Centro de Promoción Bolivia) y sus agregados comerciales en los diferentes países y los Ministerios de Comercio Exterior e Inversión y de Relaciones Exteriores y Culto.

La Estrategia Nacional de Desarrollo Agropecuario y Rural (ENDAR) 2005

Este modelo de desarrollo es el resultado de la construcción participativa de actores productivos del medio rural, para organizar y orientar la intervención sectorial con una lógica diferente de no solamente proponer líneas de política, sino también de establecer los enfoques de intervención que permitan superar la pobreza y el alto grado de conflictividad existente en el país, generado por el descontento de los y las habitantes rurales.

En ese entendido el ex Presidente Eduardo Rodríguez Velzé, fue designado por el Congreso Nacional, encabeza este proceso de concertación política. "Los sucesos del denominado "octubre negro" se traducen en un profundo descontento social con la globalización y abierto rechazo a la privatización y capitalización de las empresas estatales" (ENDAR, 2005, pp. 4), esto produjo grandes consecuencias políticas, económicas y sociales, sobre la población mayoritaria del país.

Esto iniciaba y marcaba un tiempo de cambios y confrontación entre la sociedad tradicional y la nueva, con nuevos actores, nuevos paradigmas y nuevas visiones. Ante esto surgen nuevas estrategias para una nueva etapa de la democracia boliviana, que se marcaban en seis estrategias mencionadas a continuación:

- la Reforma a la Constitución Política del Estado.
- el Diálogo Nacional.
- el Referéndum del Gas.

- la Asamblea Constituyente.
- las elecciones municipales ampliamente participativas.
- la propuesta de un referéndum sobre autonomías regionales.

La elaboración del ENDAR pasó por un proceso de participativo de socialización y construcción donde participaron más de 200 organizaciones, tanto de nivel nacional, departamental y región, donde se identifican tres problemas urgentes de solución, la escasa inserción en el mercado, desempleo y subempleo y el acceso y regulación sobre la tenencia de tierras. Identificados estos problemas se formulan los objetivos, las políticas y los campos de intervención del ENDAR, a partir de los siguientes principios:

- ❖ Participación.- para que los productores tengan influencia en las políticas públicas.
- ❖ Orientación productiva.- que faciliten al productor a través de inversiones.
- ❖ Responsabilidad compartida.- lograr alianzas estratégicas entre el Estado y los productores.
- ❖ Inclusión.- para que la inversión pública beneficie al área rural donde exista más pobreza.
- ❖ Sostenibilidad ambiental.- aprovechamiento racional de los Recursos Naturales.
- ❖ Legalidad.- porque el ENDAR pretendía ser política de Estado.

Los ejes temáticos de actuación para la elaboración del ENDAR fueron:

- Desarrollo inclusivo y reconocimiento de la diversidad de actores rurales.
- Respeto a la identidad cultural y autodeterminación de los pueblos indígenas y originarios.
- Seguridad alimentaria e inserción competitiva en mercados.
- Convergencia del desarrollo rural con el desarrollo urbano.
- Relanzamiento productivo de la participación popular.

- Empoderamiento de los productores organizados.
- Impacto productivo de las obras generadoras de empleo.
- Completar el ciclo de la reforma agraria.
- Visión integral de desarrollo del área rural en la estrategia.

Aunque parezca que este plan estaba destinado netamente a la parte agrícola - agropecuaria, la misma sólo representa una parte de la ocupación de las áreas rurales, el 47% de la población se ocupa en actividades no agropecuarias como son la construcción, artesanía, turismo, servicios, etc.

Ante este panorama el ENDAR dentro de sus 11 políticas planteadas 6 se relacionan directa e indirectamente con el turismo, las cuales se presentan a continuación:

Política de *Desarrollo de comunidades productivas, campesinas, colonizadoras, indígenas y originarias*, en una de sus líneas de acción señala la "promoción de la producción familiar y comunal de subsistencia (...), como la recolección de castaña, emprendimientos para la explotación del etno-eco-turismo, investigación y explotación de oportunidades que brinda la biodiversidad, etc.". (ENDAR, 2005, pp. 28).

En su política - *Acceso y uso sostenible de la tierra*, señala la

"Promoción del acceso a la tierra bajo formas de propiedad agraria o concesión forestal, o mixta que: i) cumplan una función económica de generar ingresos y empleo a través de la producción o del aprovechamiento de los recursos naturales renovables, forestales o paisajísticos de acuerdo a la capacidad de uso mayor de la tierra (...)" (Ibídem, pp. 45)

En la política - *Oportunidades de Ingreso Rural no Agropecuario*, uno de sus lineamientos indica "Promoción de una política de educación técnica rural (...) desarrollando contenidos educativos en actividades potenciales como el turismo, la industria, manufactura, comercio y otros servicios" (Ibídem, pp. 48).

La política - *Desarrollo de centros poblados dinámicos*, dentro de sus lineamiento indica el "Diseño y promoción de incentivos económicos y tributarios especiales a las empresas que decidan instalarse en estos centros" (ibídem, pp. 49).

La política - *Caminos vecinales* propone la "rehabilitación y mantenimiento de los caminos vecinales que constituyen el 70% de la red caminera y son el eslabón crítico para que la producción llegue al mercado" (Ibídem, pp. 54).

La política - *Educación Técnica para el Desarrollo Rural* señala la "(...), el respeto al medio ambiente y uso racional de los recursos naturales en el marco de la diversidad, equidad e interculturalidad (Ibídem, pp. 61)"

Dentro de las políticas del ENDAR se identifican también *las nuevas Políticas de desarrollo alternativo y el Aprovechamiento y Manejo Sostenible de la Base de Recursos Naturales*, mismas que no identifican al turismo como una actividad importante ya que en sus lineamientos e instrumentos no la mencionan.

Este modelo de desarrollo respondía a un enfoque de Desarrollo Económico Local (DEL), que se caracteriza por perseguir la

"Conjunción de esfuerzos entre el sector público y privado con una visión compartida de desarrollo, que permite diseñar, elaborar estrategias y alianzas público – privadas, que se plasmen en Agendas de Responsabilidad Compartida (ARCOs) y que, a su vez, se vean reflejadas en los planes operativos anuales y en los planes de desarrollo municipal, para concentrar las inversiones en desarrollo; todo esto en el marco de las atribuciones y competencias de los gobiernos municipales o las mancomunidades de municipios". (Ibídem, pp. 66)

Donde los actores económicos locales y el gobierno Municipal (o la mancomunidad) identifican mediante el dialogo, el o los productos y/o servicios que cuenten con mayor potencial en su territorio.

En el tema del financiamiento el ENDAR pretendía gestionarlos a través del Ministerio de Asuntos Campesinos y Agropecuarios (MACA), los cuales se destinarían

para proyectos de diferente índole y el mejoramiento y la rehabilitación de infraestructura de apoyo al Etno-turismo y ecoturismo comunitario.

A nivel regional las prefecturas tenían el rol de implementar estrategias y ejecutar las mismas a nivel regional.

En las siguientes acciones:

- Promoción del desarrollo económico regional.
- La red caminera departamental.
- El sistema de riego.
- Los programas de electrificación rural.
- Manejo y recuperación de cuencas y recursos naturales.
- El desarrollo de ciudades intermedias.

Los gobiernos municipales se encargarían de las siguientes acciones:

- Promover y facilitar las alianzas estratégicas público-privadas para estimular el DEL.
- Promover el desarrollo de cadena de valores para competir a nivel nacional e internacional.
- Estimular las inversiones productivas permitiendo la convergencia racional de inversiones públicas y privadas.
- Articular procesos de Desarrollo Económico Local.
- Impulsar las instancias de concertación público privada para la elaboración y ejecución de planes de desarrollo local.
- Incorporar en los PDMs Y POAs las demandas de las organizaciones productivas.
- Priorizar recursos para la ejecución de las Estrategias Productivas Integrales (EPIs).

El nivel estatal a través del Ministerio de Asuntos Campesinos y Agropecuarios será un ente orientador a promover, facilitar, articular y normar el desarrollo Agropecuario y Rural en el territorio nacional.

2.6 Bolivia y el actual modelo de desarrollo

Los cambios políticos y sociales producidos en nuestro país el año 2006, han trazado un nuevo panorama para el desarrollo de Bolivia, desde la concepción del el Plan Nacional de Desarrollo 2006-2015 y su profundización en la Agenda Patriótica para el desarrollo hacia el año 2025, como un modelo de desarrollo orientado a las demandas sociales basadas en la disminución y erradicación de la pobreza particularmente de las comunidades rurales. El vivir bien es el término cultural que concentra la forma de entender la satisfacción compartida de las necesidades humanas más allá del ámbito de lo económico y/o material, puesto que incluye afectividad, reconocimiento y prestigio social.

El vivir bien es muy diferente al concepto bienestar que se limita al acceso y la acumulación de bienes materiales. Éste nuevo modelo considera el encuentro y la diversidad cíclica y en espiral frente al progreso lineal unidimensional, la armonía con la naturaleza, la vida social fraterna y solidaria, la democratización integral del desarrollo plurinacional y diverso, y la recuperación de las capacidades de decidir como base de la soberanía nacional.

El Plan Nacional de Desarrollo para “vivir bien” 2006-2015 contemplaba las siguientes estrategias:

- **ESTRATEGIA ECONÓMICA: Bolivia productiva.**- la misma se basa en los sectores que conforman la matriz productiva y los que coadyuvan al funcionamiento de la misma.
- **ESTRATEGIA SOCIO COMUNITARIA: Bolivia digna.**- donde se incluye a los sectores distribuidores de factores y medios de producción y servicios sociales.

- ESTRATEGIA DE RELACIONAMIENTO INTERNACIONAL: **Bolivia soberana**.- esta comprende las relaciones económicas, políticas y culturales e incluye a los sectores vinculados con el comercio e intercambio de bienes, servicios y capitales
- ESTRATEGIA DEL PODER SOCIAL: **Bolivia democrática**.- comprenden a los sectores que promoverán el poder social en los territorios.

En el ámbito turístico el Plan Nacional de Desarrollo señala que el turismo es

Una actividad productiva, integral, multidisciplinaria y multisectorial, y su desarrollo estará orientado a promover y priorizar la participación de pueblos indígenas, originarios y comunidades rurales en la actividad, como agentes de preservación de la diversidad cultural, en armonía con el medio ambiente, como promotores del desarrollo local y receptores directos de los beneficios de la actividad turística en un horizonte temporal de largo plazo.” (PND para vivir Bien, 2006-2015, p, 141)

Donde “los pueblos indígenas, originarios y comunidades rurales, organizados en formas asociativas serán actores principales de las actividades turísticas” (Ídem). Para esto se establecieron las siguientes políticas:

- *Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística Comunitaria*, “(...) que busca fortalecer a los pueblos indígenas, originarios y comunidades rurales como agentes de desarrollo local basado en el ecoturismo y turismo local”. (Ibídem, p, 142)
- *Promoción de la Imagen Turística de Bolivia* (Desarrollo de Mercados), “(...) que busca el posicionamiento turístico internacional del país aprovechando las ventajas naturales, las particularidades culturales y la biodiversidad que poseen los atractivos turísticos del país para captar un mayor flujo turístico”. (Ídem)

- *Fortalecimiento y Ampliación de los Destinos Turísticos del País*, "(...) que busca consolidar y ampliar la oferta turística del país y responder a la nueva imagen del sector con identidad social comunitaria". (Ídem)

Este nuevo modelo de desarrollo involucra a tres agentes importantes, por un lado el Estado como promotor, modificando la estructura institucional del sector, los pueblos indígenas, originarios y comunidades rurales, organizados entre sí que serán los actores principales y las empresas privadas que conforman alianzas estratégicas con el sector socio comunitario.

Este Plan de Desarrollo "ha merecido una proyección hacia el año 2025 con la identificación de 13 pilares que se reflejan en la Agenda Patriótica 2025", (Plan de Desarrollo Económico y Social para vivir bien 2016-2020), las cuales son:

1. Erradicación de la Pobreza Extrema.
2. Socialización y Universalización de los Servicios Básicos con Soberanía para Vivir Bien.
3. Salud, Educación y Deporte para la Formación de un Ser Humano Integral.
4. Soberanía Científica y Tecnológica con Identidad Propia.
5. Soberanía Comunitaria Financiera sin servilismo al capitalismo financiero.
6. Soberanía Productiva con Diversificación y Desarrollo Integral sin la Dictadura del Mercado Capitalista.
7. Soberanía sobre nuestros Recursos Naturales con Nacionalización, Industrialización y Comercialización en Armonía y Equilibrio con la Madre Tierra.
8. Soberanía Alimentaria a través de la Construcción del Saber Alimentarse para Vivir Bien.
9. Soberanía Ambiental con Desarrollo Integral, Respetando los Derechos de la Madre Tierra.
10. Integración Complementaria de los Pueblos con Soberanía.

11. Soberanía y Transparencia en la Gestión Pública bajo los Principios de No Robar, No Mentir y No ser Flojo.
12. Disfrute y Felicidad Plena de Nuestras Fiestas, de Nuestra Música, Nuestros Ríos, Nuestra Selva, Nuestras Montañas, Nuestros Nevados, de Nuestro Aire Limpio, de Nuestros Sueños.
13. Reencuentro Soberano con Nuestra Alegría, Felicidad, Prosperidad y Nuestro Mar. (Ídem)

Donde los pilares 7, 8, 9,12 y 13 se relacionan con la actividad turística, porque señalan que se tienen soberanía sobre los recursos naturales y cualquier intervención en la misma, debe estar en equilibrio con la Madre Tierra. Así mismo la soberanía alimentaria a través del saber alimentarse bien, la soberanía ambiental que permita obtener un desarrollo integral siempre respetando la Madre Tierra, la revalorización de nuestra cultura y nuestra naturaleza y el reencuentro con uno mismo.

A partir de este modelo de desarrollo las entidades autónomas como el Gobierno Autónomo del Departamento de La Paz y El Gobierno Autónomo Municipal de La Paz han elaborado sus propios planes de desarrollo direccionados por las estrategias del PND para “vivir bien”. En los niveles departamental y municipal, la situación si bien toma como marco de referencia el Plan Nacional de Desarrollo tiene algunas particularidades que se destacan a continuación.

El Plan de Desarrollo del Departamental Autónomo de La Paz identifica 5 ejes fundamentales para el desarrollo del departamento:

- ✓ LA PAZ PRODUCTIVA.- desarrollo productivo con equidad e inclusión basada en el potencial productivo territorial y sus procesos de transformación.
- ✓ LA PAZ DIGNA.- desarrollo humano integral con igualdad de oportunidades y equidad en el acceso a la salud, educación, servicios básicos, protección social, derechos culturales y seguridad ciudadana.

- ✓ LA PAZ EN ARMONÍA CON LA MADRE TIERRA.- desarrollo articulado con el uso sostenible de los recursos naturales, cuidando el medio ambiente y la gestión de riesgos, previendo la adaptación al cambio climático
- ✓ LA PAZ DEMOCRÁTICA.- desarrollo institucional y gestión autonómica efectiva.
- ✓ LA PAZ SOBERANA Y ARTICULADA.- integración, articulación y gestión del territorio del departamento y desarrollo de su condición geopolítica de eje articulador nacional y subcontinental.

Así mismo considera que el "turismo es una alternativa de generación económica, en la lucha contra la pobreza constituyéndose en un pilar fundamental para el desarrollo de La Paz." (PDD-LP 2012-2016, p, 46). Entre sus políticas se desatacan:

Objetivos de desarrollo	Políticas	Acciones estratégicas	Programas
Desarrollar el turismo sustentable con énfasis de base comunitaria que permita aprovechar las potencialidades del Departamento	Promoción del potencial turístico del Departamento de manera sustentable.	Fortalecer los destinos consolidados. Promoción y difusión de los productos turísticos de La Paz	Complejos turísticos.
	Consolidación e incremento de la oferta de los destinos turísticos, garantizando la conservación y uso racional de los recursos naturales y culturales.	Identificación de complejos turísticos.	Turismo comunitario y ecológico.
	Normar la operación de los prestadores de servicios turísticos y la competitividad del sector	Elaboración de un análisis sectorial y definición de la normativa.	Sistema integral de turismo.

Fuente: PDDA-LP 2012-2016

En la actual gestión 2015- 2019 la propuesta se orienta a incidir en el modelo de desarrollo sustentable con énfasis en el apoyo a las actividades productivas entre las cuáles se encuentra el turismo, dos aspectos que son importantes a señalar.

A nivel municipal El Gobierno Autónomo Municipal de La Paz ha realizado un arduo trabajo para la consolidar el mismo como Ciudad Maravillosa, han transcurrido

bastantes años donde la continuidad de la gestión tomó un rol importante, pues este proceso se realizó en diferentes etapas.

- Recuperación y reorganización Institucional de la Alcaldía (2000-2005)
- Transformación física del Municipio (2005-2010)
- Modernización y ampliación de servicios (2010-2015)
- Constitución de un nuevo paradigma de desarrollo (2015-2020)

Justamente el último punto se plasma en el Plan Municipal 24/7 elaborado por el GAM-LP, identifica un "nuevo paradigma alternativo de desarrollo que conlleva un nuevo modelo económico, político e ideológico" (Plan 24/7, 2015, p, 5). El mismo se basa en los conceptos de:

- Pluralidad a partir de la cual no habría un solo modelo de desarrollo ni un solo tipo de sociedad a la que con éste se pretende llegar.
- Comunidad como espacio colectivo donde sólo el sujeto humano puede desarrollarse de manera integral.
- Respeto y protección del sujeto humano que conlleva acciones en todos los ámbitos de la vida del hombre que posibiliten el autodesarrollo integral de los individuos, la mejora de su calidad de vida y la felicidad.
- "Pensar globalmente y actuar localmente" en la medida que es necesario cambiar aquí y ahora las actitudes individuales y a partir de ello ir cambiando la sociedad.
- Autodeterminación y corresponsabilidad colectiva que conlleva que los individuos dejen de demandar y esperar que todo lo que necesitan provenga del Estado, y más bien asuman un mayor protagonismo de manera colectiva al momento de dar soluciones sus problemas y los de la sociedad en la que viven.
- Democracia plural, participativa, intercultural respetuosa de la diversidad.

EL Plan 24/7 impulsado por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz señala que se debe

Construir un nuevo orden social, político y económico, que da la posibilidad de la constitución de un nuevo paradigma opuesto al desarrollismo neoliberal, en el cual el centro y el fin del desarrollo sea el Ser Humano en su integralidad y complejidad como miembro de la comunidad nacional y local en una relación armónica con el entorno y la naturaleza. (Ídem)

En ese entendido Plan Integral Municipal 24/7 ha establecido ciertas políticas, objetivos, programas y proyectos con las que se pretende consolidar a la Ciudad de La Paz, de las 7 políticas planteadas en el Plan 4 están directamente relacionada con turismo donde se plantean proyectos de consolidación de La Paz maravillosa, restauración del patrimonio cultural, protección del medio ambiente y parques municipales, y el desarrollo de centros de esparcimiento.

Las políticas planteadas son:

Política 1: Ciudad Inteligente con una economía innovadora y atractiva para el mundo; Municipio interactivo, con acceso universal a la Tecnología, un Gobierno electrónico transparente y con servicios y trámites en línea para tod@s

Política 2: Pumakatari para todos los paceños, articulado al Teleférico y al servicio tradicional de transporte, pero con indicadores de calidad.

Política 3: La Paz en Paz. Seguros y libres de violencia

Política 4: Barrios y distritos de verdad, con nuevos centros urbanos, una red vial en óptimas condiciones con servicios desconcentrados, espacios ordenados y un centro histórico remozado y recuperado

Política 5: Niñas y Niños educados para respetar y amar a la ciudad en Escuelas dignas, con mejor calidad educativa, útiles escolares y textos adecuados con formación intercultural orgullosa de su diversidad y su Patrimonio Ancestral.

Política 6: La Paz con Salud en serio, que cuida el Medio Ambiente y Confronta los Riesgos.

Política 7: Una ciudad para el peatón, el bastón, la silla de ruedas, la bicicleta, el deporte, la recreación y el cuerpo sano. (Íbidem, p, 25-72)

Para el turismo se tienen los siguientes planes y programas estratégicos principales:

Objetivos	Planes y programas estratégicos	Proyectos principales
<p>Consolidaremos a La Paz "ciudad maravilla", como principal atractivo turístico de la región.</p>	<p>Programa "La Paz ciudad maravillosa"</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Clúster turísticos macrodistritales (circuitos turísticos, ecoturísticos ,miradores, turismo productivo) • Proyecto de fomento a la cultura del buen trato y del buen servicio turístico "La Paz amiga". • Puma Bus turístico. • Rutas gastronómicas macrodistritales. • Sistema "On Line" de promoción y certificación turística de La Paz.
<p>Fuente: Plan 24/4 GAMLP</p>		

Esta visión ha sido profundizada a partir del encuentro multisectorial propiciado por el GAM-LP en torno a La Paz Maravillosa y que ha derivado en la creación de la Agencia Para el Desarrollo de La Paz Maravillosa. Ante este panorama se plantea la elaboración de un Plan Municipal de Desarrollo Turístico que contribuya a la imagen del país, que en la actualidad se está trabajando con la participación de los diferentes sectores que intervienen en el ámbito turístico.

Este análisis permitió establecer que ambos planes responden al modelo de desarrollo establecido por el nivel estatal, pues en los mismos se siguen los lineamientos planteados por el Estado. En esa perspectiva el vivir bien y el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad son fines comunes que buscan estos dos enfoques de desarrollo.

2.7 Análisis de los modelos de desarrollo turístico en Bolivia

Antes del 1993 el turismo se caracterizaba por

- El turismo se desarrolla de manera insipiente
- Falta de apoyo estructural sobre todo en infraestructura básica (servicios y acceso)
- Dirección nacional de turismo
- Instituto Boliviano de Turismo (1973)

- Dirección Nacional de Turismo (1989)

Estrategia de desarrollo turístico Bolivia 1993-1997-2003

En 1993 nace la Secretaría Nacional de turismo. Con el objetivo de desarrollar el potencial turístico de Bolivia. De acuerdo al artículo 62 de la Ley N° 1493

- Su tarea proponer y ejecutar la política de desarrollo y fomento al turismo – prioridad desarrollo del turismo ecológico.
- Proponer normas para actividad turística.
- Establecer un sistema de información oportuna y accesible sobre la oferta turística.
- Proponer y coordinar con las instituciones la inversión extranjera para el desarrollo del potencial turístico.
- Coordinar programas de protección del patrimonio cultural y natural.

El artículo 63 las funciones operativas especializadas de esta secretaría son ejecutadas por las subsecretarías de Promoción Turística, responsables de ejecutar los planes, programas y proyectos turísticos.

Leyes fundamentales:

- **Constitución Política del Estado** que reconoce el carácter multiétnico y pluricultural del pueblo boliviano.
- **Ley de Reforma del poder Ejecutivo su Decreto Reglamentario y el reglamento de Turismo** - que reconoce el carácter de sector productivo en el área económica al turismo.
- **Ley de Participación Popular** - reconoce la coparticipación de los recursos económicos para inversiones públicas e identifica a 168 municipios con vocación turística.
- **Ley de Reforma Educativa** - promueve la formación de oficios y mandos medios técnicos.
- **Ley de Capitalización** - que permitirá el mejoramiento de las carreteras, el transporte, las comunicaciones y los servicios.
- **Ley de Descentralización** - que otorga autonomías y control administrativo departamental, la formulación de los PDDES, administrar y promocionar el turismo departamental y por último ejecutar políticas, planes y proyectos que beneficien al sector.

- **Ley del Medio Ambiente** – protege y conserva el medio ambiente y los recursos naturales promoviendo el desarrollo sostenible.

Se promueve el turismo ecológico o ecoturismo para el desarrollo de políticas intersectoriales con la participación de:

- comunidades locales
- instituciones públicas
- organizaciones Territoriales de Base (OTBs)
- Empresa Privada

Para el desarrollo sostenible de los recursos.

La Estrategia Nacional de Desarrollo Turístico 1993-1997-2003 se basaba en el siguiente esquema:

Estrategia Nacional de Desarrollo Turístico		Objetivos		
		CORTO PLAZO 1993-1997	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Hacer del turismo un instrumento de desarrollo del país. ◦ Transformar la actual estructura. ◦ Crear fuentes de empleo. ◦ Crear condiciones para inversiones en servicios para el turismo 	SUBESTRATEGIA DE OFERTA
MEDIANO PLAZO 1997-2000	Líneas de acción <ul style="list-style-type: none"> ◦ Consolidar y diversificar la oferta. ◦ Insertar competitivamente los productos al mercado internacional y nacional. ◦ Transferir las funciones de fomento y control del turismo a las instancias regionales. 	SUBESTRATEGIA DE DEMANDA	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de Imagen. • Programa de Oferta de productos turísticos a nivel internacional. • Programa de demanda y mercados internacionales. • Programa de promoción • Programa de competencia. 	
		SUBESTRATEGIA DE SERVICIOS Y COMPETITIVIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de normas. • Programa de Educación Turística. • Programa de Capacitación Turística. • Programa de Formación Turística. 	
LARGO PLAZO 2000-2003	Metas <ul style="list-style-type: none"> ◦ 1997 – 220 millones de dólares ingresos por divisas. ◦ 100 millones de dólares inversión privada. ◦ 67,000 empleos directos e indirectos. ◦ 2003 – 1000 millones de dólares en ingresos de divisas. ◦ Estadía promedio 10 días. ◦ Gasto promedio diario \$us. 130 	SUBESTRATEGIA DE PROMOCION DE INVERSIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de Complejos de Desarrollo Turístico Integral – CDTI's. • Programa de Centros de Asistencia al Turista – CAT's. • Programa de Inversión Pública en el Sector Turístico. 	
		SUBESTRATEGIAS DE RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Reglamento General de Turismo. • Reglamentos Especificos. • Competencias Administrativas: Secretaría – Prefectura – Alcaldía. 	
Fuente: Elaboración Propia en base - La estrategia Nacional de Desarrollo Turístico 1993-1997-2003				

La actual política de desarrollo del turismo en Bolivia (Para vivir Bien)

En el modelo actual de desarrollo turístico de Bolivia, el turismo es considerado como un sector altamente importante, pues el mismo genera un efecto multiplicador y genera divisas para el país. Por esta razón el mismo se traduce en la aplicación del modelo de desarrollo sustentable, donde la gestión turística de base comunitaria, es el eje principal para desarrollar el turismo. En el turismo de base comunitaria los pueblos indígena originario campesinos, comunidades interculturales y afrobolivianos adquieren un papel protagónico en el diseño de propuestas y definición de políticas turísticas en sus regiones, municipios y departamentos.

Este modelo de desarrollo turístico responde a la legislación vigente en el país. El marco legal establece que el turismo debe ser una actividad sustentable:

- Constitución Política del Estado, El Artículo N° 337.- señala que el turismo Es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable.
- La Ley N° 031, la Ley Marco de Autonomías y Descentralización "Andrés Ibáñez" establece las competencias de de los gobierno regionales, municipales e indígena originarios, en el tema turístico.
- La Ley N° 292 "Bolivia te Espera" señala que "El turismo es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable"

En ese panorama se elaboró el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico que parte de los siguientes principios:

El Vivir Bien, la Interculturalidad., la Descolonización, la Inclusión, la Redistribución, Equidad e Igualdad, la Responsabilidad, la Solidaridad y Complementariedad, la Identidad Plurinacional y la Innovación.

El actual PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO se basa en las siguientes directrices:

Desarrollo y Gestión de la Oferta Turística Sustentable

- Diversificar la oferta turística. (Identificación de 5 macro regiones) con potencial turístico. Macro región Amazonía, Macro región Corredor Madidi – Amboró, Macro región Escudo Precámbrico, Macro región Chaco y Macro región Andina.
- Desarrollo de infraestructura y condiciones.
- Ordenamiento Turístico Territorial.
- Conectividad para el turismo receptivo e interno

Diversificación de la Oferta Turística (Producto Turístico)

- Adecuación de los sitios y recursos patrimoniales para uso y aprovechamiento turístico,
- El desarrollo del turismo verde, sobre todo en aéreas protegidas.
- Impulso a la creación de oferta turística en áreas protegidas municipales.
- Ampliar la oferta de recreación en espacios verdes en ciudades capitales y Poblaciones rurales para motivar la práctica del turismo.
- Promover circuitos y rutas que enlacen territorios permitiendo la inclusión de sitios habitualmente excluidos de la oferta turística.

La Seguridad como atributo del Destino Bolivia

- La aplicación de los operativos de control en coordinación con las Direcciones de Turismo.
- Implementación de campañas de información y prevención dirigidas a la población nacional y a los visitantes en fechas importantes.

- Se plantea la conformación de la comisión plurinacional de seguridad turística.
- El fortalecimiento de la policía turística.
- Incorporación de la especialidad Policía Turística en la Universidad Policial.

Legislación y Regulación Sectorial

- Ley General de Turismo
- Reglamentos Específicos.- las instancias encargadas de administrar la actividad en sus diferentes niveles territoriales elaboren reglamentos específicos que les permitan controlar y regular las actividades turísticas.
- Normativa Sectorial.- elaborar e implementar los Planes de Turismo Regionales y establecimiento de s políticas de turismo.
- Acuerdos, Convenios, Tratados y Decretos

Institucionalidad y Gestión del Turismo como herramienta para la integración social, territorial y política

- Fortalecimiento de la Autoridad Plurinacional de Turismo.
- Fortalecimiento de las unidades de gestión turística de las instancias sub-nacionales.
- Fomentar una mayor coordinación horizontal dentro de los organismos públicos con incidencia en el sector turístico.
- Incentivar la planificación local y departamental.
- Generar propuestas para fomentar y facilitar las inversiones en el sector turismo.

Mercadeo y Promoción para el Destino Bolivia.

- Posicionamiento de Marca "Bolivia te Espera"
- Comercialización y Comunicación.

Cultura de Calidad

- Sistema Boliviano de Calidad Turística.

Fomento al Turismo de Base Comunitaria

- Coordinación interinstitucional para el turismo de base comunitaria.
- Sistema de información estratégica para el turismo de base comunitaria.
- Ordenamiento para el turismo de base comunitaria.
- Desarrollo y fortalecimiento del turismo de base comunitaria y patrimonio cultural.
- Apoyo a la microempresa turística y complejos productivos de turismo de base Comunitaria.
- Medidas transversales de turismo para la gestión socio-cultural.

Formación Técnica y la Investigación

Desarrollo de Cultura Turística.

Formación Integral en Turismo.

Investigación y desarrollo.

Innovación.

Como se observa este nuevo modelo de desarrollo turístico hace mucho énfasis a dos aspectos importantes, por una parte el modelo de desarrollo sustentable donde el turismo de base comunitaria es el pilar fundamental del mismo.

CAPÍTULO III ASPECTOS GENERALES DEL DESTINO (Diagnóstico)

3.1 ASPECTOS SOCIO ECONÓMICOS DEL DESTINO

3.1.1 Aspectos generales del destino

El Destino Cordillera se encuentra en el departamento de La Paz que según (PDDA-LP, 2012, p. 21) "se ubica al Noroeste de Bolivia, entre los paralelos 11° 50' a 18° 05' de latitud Sur y 66° 42' a 69° 32' de longitud Oeste respecto al meridiano de Greenwich. (...) el departamento representa 12,20% de la superficie total del país".

La Paz ocupa el tercer lugar en extensión en territorio Nacional.

La Cordillera Real, rama oriental de la gran Cordillera de Los Andes, está formada por las siguientes cadenas: la de Apolobamba que desde territorio peruano ingresa hasta el río Camata; la de Muñecas, más baja que la anterior, se extiende hasta el río Sorata; la de La Paz, la más importante de todas por sus famosos picos nevados Illampu, Illimani, Ancohumá, Chachacomani, Condoriri y Huayna Potosí, hasta el corte del río La Paz; y la de Quimsa Cruz o Tres Cruces que se extiende hasta el portezuelo de Quime. (Atlas de La Paz, 2006, p. 6)

3.1.2 Ubicación geográfica

El nevado Huayna Potosí que es el espacio geográfico de estudio, "se encuentra aproximadamente a 56 km, al noreste de ciudad de La Paz a 2 horas de la sede de gobierno, geográficamente está ubicada en los 16° 15' 45" Latitud Sur y 68° 9' 15" Longitud Oeste" (Cuaderno de investigación N°27, IICSTUR 2012, p.6).

Su nombre deriva de la lengua aymara que significa "cerro joven" Este gigante de los Andes une la línea de la Cordillera Real²² al macizo Mamacora - Taquesi y de Condoriri, por una cadena de picos menores, pero abruptos

²² La Cordillera Real u Oriental abarca una longitud de 200 kilómetros, desde el macizo del Illampu hasta el Illimani. Corre en dirección noreste a sureste. Se divide en grupos delimitados por valles y abras que se presentan de occidente a oriente. Este ramal de la cordillera andina es el más importante dentro el territorio boliviano, posee altas cimas nevadas que se alcanzan a más de 6.000 msnm y entre sus grandes quebradas se pueden advertir enormes glaciares.

como el Tiquimani, Charquini y Wilamankilisani. Este gigante de 6.088 metros de altitud es uno de los más visitados en Cordillera Real, especialmente por turistas de diferentes nacionalidades. (Ob. Cit. Cuaderno de investigación N°27, IICSTUR 2012: p.6)

Su ubicación cercana a la sede de gobierno y las características técnicas para la práctica del Andinismo, hace que éste posea una enorme ventaja para con el resto de las montañas que forman esta cadena montañosa ubicada en el altiplano boliviano.

3.1.3 Aspectos Físicos- naturales de la zona de estudio

Señalar lo siguiente, por las características geográficas de la región montañosa se identifican dos áreas definidas, la región andina y la región subtropical.

En la investigación mencionada anteriormente se señala

La parte andina conformada por la Cordillera Real está compuesta por glaciares, altas montañas, lagunas típicas de la topografía andina, las cuales son aprovechadas como atractivo turístico complementario. Por tratarse de esta región existe escasa vegetación, a pesar de eso, algunas especies de flora se han adecuado a las características geográficas, entre las cuales podemos destacar a la paja brava, la Th´ola y la Yareta entre las más importantes.

La parte Subtropical se encuentra ubicada al Noreste del Parque "Tuni Condoriri", principalmente lo que corresponde al valle de Zongo que se encuentra ubicado al norte de la ciudad de La Paz (...). Es un valle que transcurre en torno al río Zongo de aproximadamente a 70 kilómetros, que nace de los deshielos de algunos nevados de la Cordillera Real a más de 6000 msnm²³, hasta confluir con el río Coroico con 800 msnm. (Ibídem, p.7)

²³ Abreviación que significa metros sobre el nivel del mar

3.1.4 Características climatológicas de la zona

El destino por encontrarse y formar parte de la región andina de nuestro país,

Cuenta con un clima frío, con temperaturas que oscilan entre los 3º y 4º centígrados como promedio, sin embargo entre los meses de Mayo a Octubre la región llega a tener temperaturas que llegan a los 0º, los vientos generalmente soplan de norte a sur en invierno se incrementan y esto se complica más cuando las inclemencias del clima son desfavorables. (Ídem)

Por otro lado “Las precipitaciones varían entre 1000 a 1800 mm/año” (Atlas de Salud, 2006, p. 7). Por estas condiciones climáticas la región carece de producción agrícola pues las frías heladas arrasan en toda la cordillera y aéreas circundantes en el altiplano boliviano.

3.1.5 Aspectos culturales

El aspecto cultural se traspasa de generación a generación. “La cultura boliviana, a través de todos los tiempos, es heredera de ricas culturas andinas (...)” (Atlas Geográfico de Bolivia, 2009, p. 13). Y como tal, las poblaciones residentes tienen sus orígenes andinos, los aymaras predominan en la región con su respectiva cosmovisión y especial respeto por las montañas que desde siempre las identifican como “la morada de los Achachilas²⁴” a los cuales rinden cultos.

La cosmovisión andina (...) abarca un conjunto de mitos, ritos, valores y expresiones artísticas. Sus técnicas medicinales, basadas en los sistemas de creencias de los antiguos pueblos indígenas de los Andes, gozan de un amplio reconocimiento en Bolivia y en numerosos países de América del Sur. (Atlas Patrimonial de Bolivia, 2011: p. 15)

²⁴ Protectores andinos a los cuales se rinde culto.

3.1.6 Expresiones culturales

En cuanto al aspecto cultural, no existe un gran movimiento musical o folklórico propio del lugar, sino sólo se realizan costumbres referidas a la cultura aymara como las tradicionales ch'allas²⁵, mesas de ofrenda a la Pachamama y el año nuevo aymara entre las más importantes.

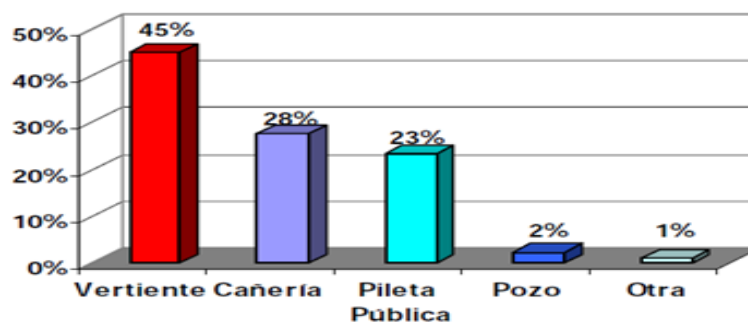
Estas manifestaciones culturales se practican en determinadas estaciones del año, mismas que son dirigidas por los sacerdotes andinos conocidos como Yatiris.

3.2 ACCESIBILIDAD A SERVICIOS BÁSICOS EN EL DESTINO

3.2.1 Servicio de Agua Potable

De las tres poblaciones que se encuentran cerca del nevado Huayna Potosí, solamente Botijlaca cuenta con el servicio de agua potable, gracias a la empresa Hidroeléctrica de COBEE. La población de Llaullini no cuenta con la conexión de agua potable, sus habitantes aprovechan los ríos aledaños para abastecerse de este elemento vital. El Gobierno Autónomo de La Paz indica "(...) La mayor parte de la gente obtiene agua de vertientes, una baja proporción de cañería de red, y de pileta pública, y en menor cuantía de pozos" (Plan de Desarrollo Municipal 2007-2011, p. 420).

Gráfico N° 3 Conexión de agua potable PDM LP



Fuente: Plan de Desarrollo Municipal 2007-2011

²⁵ Ritual andino realizado en agradecimiento a la madre tierra.

La comunidad de Alto Milluni que se ubica en las faldas del nevado en la cara sur, de igual manera no cuenta con conexión de agua potable, a pesar de ubicarse en inmediaciones de la represa Milluni que juntamente con la represa Tuni Condoriri abastecen de agua potable a las ciudades de La Paz y El Alto.

Esto nos muestra las desigualdades en el acceso a este elemento vital, un dato alarmante refleja que en el 2010 "en el área rural el 66,55% de los hogares no cuenta con agua por cañería" (PDDA-LP, 2012, p. 41). Corroborando así las grandes desigualdades existentes entre campo ciudad.

En todo el Macrodistrito "la cobertura de agua potable, por red o piletas públicas es baja y alcanza solo a cerca del 50% de la población. En este caso se observa la dificultad de implementar redes en poblaciones dispersas. (Ob. Cit. Plan de Desarrollo Municipal 2007-2011, p. 427).

3.2.2 Servicio de Energía Eléctrica

A pesar de que "el 58% del Macrodistrito cuenta con energía eléctrica, el 64 % cocina con leña, el 16,7 % con energía eléctrica y el 14,5% con gas" (Ibídem, p. 428). Algunas localidades como Botijlaca cuentan con el servicio a la luz eléctrica ya que en sus inmediaciones se encuentra una de las hidroeléctricas más importantes del país la hidroeléctrica de Zongo, que está administrada por la empresa privada COBEE (Compañía Boliviana de Energía Eléctrica), que en la actualidad sigue trabajando pues en la década del 90 firmó una franquicia junto al Estado boliviano,

En 1990 la empresa, firmó un acuerdo de franquicia con el gobierno boliviano que autoriza la explotación del valle de Zongo para la generación de energía eléctrica hasta el año 2030 en sus ríos Zongo Tiquimani (...). Existen ocho plantas generadoras en el valle de Zongo: Botijlaca, Cuticucho, Santa Rosa, Sainani, Chururaqui, Harca y Cahua. (Sub Alcaldía de Zongo, 2007, p. 4)

La comunidad de Llaullini no cuenta con el servicio de energía eléctrica, a pesar de que las torres que transportan este servicio a las ciudades próximas, pasan por inmediaciones de la comunidad.

Cuadro Nº 2 Acceso al servicios de Luz eléctrica

MUNICIPIO DE LA PAZ: COMBUSTIBLE MÁS UTILIZADO PARA COCINAR POR CONDICION DE POBREZA SEGÚN MACRODISTRITO (En porcentaje)			
MACRODISTRITO	No Pobre	Pobre	Total
Macrodistrito Zongo	100,00	100,00	100,00
Leña	8,66	80,70	64,27
Guano/Bosta	0,79	4,19	3,41
Kerosén	0,79	1,40	1,26
Gas	18,11	12,56	13,82
Electricidad	69,29	1,16	16,70
No utiliza	2,36		0,54

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - Censo Nacional de Población y Vivienda
Elaboración: Dirección de Planificación y Control - Unidad de Investigación y Estadística Municipal

Según el GAMLP "El 58% del Macro distrito cuenta con energía eléctrica," (Ob. Cit. Plan de Desarrollo Municipal 2007-2011, p. 428). Algunos datos se muestran en el gráfico siguiente:

Si bien, más de la mitad de los habitantes del distrito cuenta con energía eléctrica, la realidad de la comunidad de Llaullini no concuerda con esto. Según entrevistas con pobladores locales existe un problema de límites con los municipios vecinos, lo que según ellos, impide el acceso a este servicio.

Curiosamente se debe señalar que un par de agencias de viaje que tienen sus refugios en la comunidad realizaron inversiones y gestiones para dotarse de este servicio, el cual es muy necesario para la prestación de servicios turísticos.

3.2.3 Servicios de Alcantarillado Público

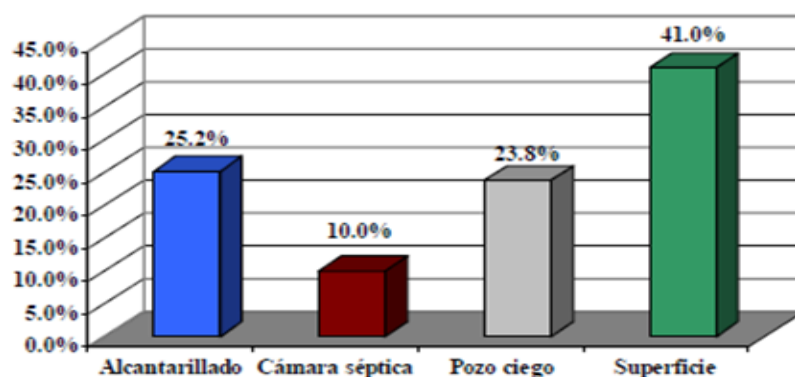
La población de Llaullini no cuenta con la conexión de este servicio en sus domicilios, esto se comprueba con los datos revelados por el Gobierno Autónomo

Municipal de La Paz (GAMLP), que refiere que en el Macrodistrito Zongo la mayoría de las comunidades no cuenta con este servicio.

El GAMLP menciona "(...), en el tema de desagüe, la mayor parte utiliza la superficie para expeler los residuos. Hay muy poca gente con sanitario o alcantarillado en sus casas, otra gran parte utiliza pozos ciegos, o cámara séptica" (Ídem).

Algunos datos se muestran en el gráfico siguiente:

Gráfico N° 4 conexión a la red de alcantarillado



Fuente: Plan de Desarrollo Municipal 2007-2011

3.2.4 Red de Comunicaciones

En cuanto a la red de comunicaciones en el destino, la misma

No está desarrollada, las localidades no cuentan con el servicio de telefonía, las entrevistas que se pudieron realizar en el lugar hacen referencia que antiguamente cuando la empresa Milluni estaba en funcionamiento si existía la red de telefonía pero con la relocalización de los mineros fue retirada. (Ob. Cit. Cuaderno de investigación N° 27. 2012: p. 9)

Así mismo, un dato importante que reflejan las entrevistas con personas residentes del lugar, es la existencia de lugares identificados por ellos mismos donde se puede acceder a la señal de la red de telefonía móvil. Lugares que deberían ser señalizados para su ubicación inmediata ante cualquier emergencia y/o accidente.

Hace un par de años atrás la ABE (Agencia Boliviana Espacial), señaló "el satélite tendrá gran importancia en las prioridades comunicacionales de Bolivia al acceder a la telecomunicación con la más alta tecnología para poder llegar hasta el último rincón del país", (Cuaderno de Investigación N° 34, IICSTUR 2013, p. 53).

La población residente mencionó que se tenían muchas esperanzas con la incursión espacial de Bolivia con el satélite Tupak Katari, porque se decía que se ampliaría la cobertura telefónica en nuestro país y eso beneficiaría a su población.

Sin embargo hasta el momento no se reflejan dichos beneficios para las comunidades alejadas de las grandes urbes, el gobierno mencionaba "El satélite Túpac Katari fue creado para que los "bolivianos que habitan en el área rural" tengan acceso a los servicios de telecomunicaciones" (Ídem).

Todavía queda mucho por esperar para percibir los beneficios de esta millonaria inversión.

En cuanto a medios de comunicación como la televisión y la radio, si se tiene las frecuencias correspondientes, éstos son los únicos medios de comunicaciones que existen en estos lugares con los que la población se informa del acontecer diario de nuestro país. (Ob.cit Cuaderno de Investigación N° 34, IICSTUR 2013, p. 53)

3.2.5 Servicio a la salud Pública

La salud siempre ha sido un aspecto débil en todo el territorio boliviano, es uno de los ámbitos más notorios de desigualdades. De acuerdo al PLAN DE DESARROLLO DEL DEPARTAMENTO AUTÓNOMO DE LA PAZ - 2012

Para el año 2010, el Departamento de La Paz contaba con 707 establecimientos de salud en todos los niveles de atención, lo cual significa que existen 2,4 establecimiento de salud por cada 10.000 habitantes, con una distribución de 1,8 por 10.000 en la ciudad de La Paz, 0,90 en la ciudad de El Alto y 4,5 en el área rural lo que significa desigualdad en la oferta,

considerando que en área rural presenta una gran dispersión de la población basado en la atención del Primer Nivel. (Ob. Cit. PDDA-LP, 2012, p.38)

A pesar de estos datos algunas comunidades en el área rural no cuentan con centros médicos ni postas sanitarias.

Tal es el caso de las comunidades de Llaullini y Milluni próximas al nevado Huayna Potosí, ambas no cuenta con un centro de salud, entrevistas que se realizaron en el lugar pudieron constatar que un enorme problema es la falta de una posta sanitaria, pues la única que existe se ubica en la comunidad de Zongo que se encuentra a una distancia considerable en relación a las demás comunidades.

La falta de centros de atención sanitaria ha contribuido a la migración de las personas a las ciudades más próximas. "Los pobladores relataron que anteriormente existía una posta sanitaria que fue retirada con la relocalización minera de 1985" (Ob. Cit. Cuaderno de investigación N°27, IICSTUR 2012, p. 9). Ésta prestaba servicios en medicina general a las personas que vivían en las comunidades aledañas.

Según datos del Gobierno Autónomo del Municipio de La Paz, en el Macrodistrato de Zongo,

La atención del último parto se ha realizado en un 69% en el domicilio de las madres y un 29,6% en establecimientos de salud. Personal que atendió el último parto fue en un 32 % la propia madre, un 21,5 % otra persona, un 13,55 % la partera y un 32 % por un médico. (Ob. Cit. Plan de Desarrollo Municipal 2007-2011, p. 426)

Estos datos generan un indicador de déficit en el servicio de salud.

Cuadro Nº 3 Acceso al servicio de salud pública

MUNICIPIO DE LA PAZ: LUGAR DE ATENCION EN SALUD PARA EL DISTRITO ZONGOI (En porcentaje)			
LUGAR DE ATENCION	Sexo		Total
	Mas	Fem	
Caja de Salud(H. Obrero)		1,2%	0,4%
Consultorio médico privado	2,8%		1,8%
Farmacia	2,1%	1,2%	1,8%
Clinica particular	3,5%	3,5%	3,5%
Curandero o Kallawaya o yatiri	4,2%	4,7%	4,4%
Otro hospital	7,0%	5,8%	6,6%
Partera	10,6%	10,5%	10,5%
Centro/Puesto de salud	11,3%	16,3%	13,2%
Hospital general	26,8%	26,7%	26,8%
No va a ningún lugar y se cura en su casa	31,7%	30,2%	31,1%
	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Encuesta del GMLP para la elaboración del PDM 2006-2010

En el Macrodistrito se tiene un centro de salud, sin embargo. “El 75 % de la población no sabe que existe un centro de salud en el macro distrito y el 58% de la población declara que recibe atención en la ciudad” (Ídem).

La atención en salud se la realiza principalmente en el hospital general de la ciudad de La Paz (27%), el 13 % acude al puesto de salud, el 10% a la partera, el 4% al curandero o yatiri y el 6 % a otros. Sin embargo existe un porcentaje importante que no se atiende y se cura solo en su casa (31%). (Íbidem, 429-427)

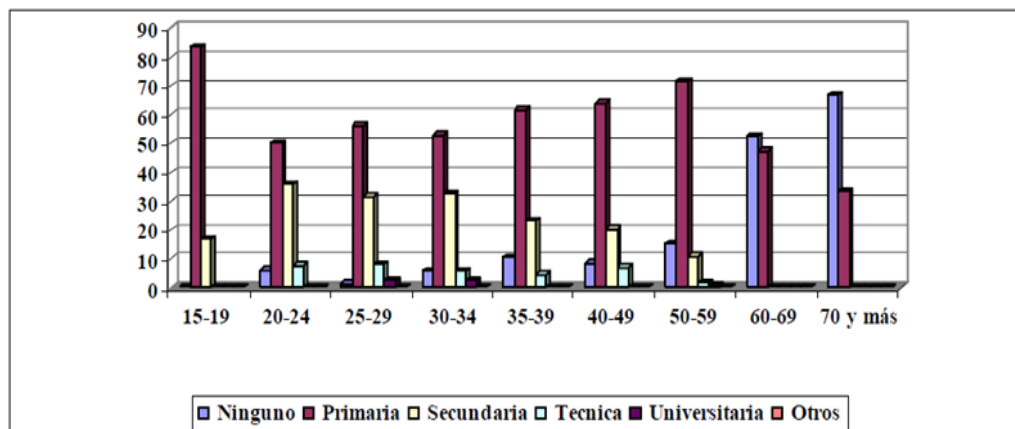
3.2.6 Acceso a la educación

El acceso a la educación es una de las grandes limitantes en toda la Cordillera Real, a comparación con las grandes urbes, existe un enorme porcentaje de habitantes que no pudieron acceder a algún tipo de educación, la mayoría completó solamente el nivel primario, un menor porcentaje la educación superior.

Según el GMLP “A nivel de edad, los logros más importantes en educación primaria y secundaria están entre los 15 y 19 y entre los 50 y 59, en secundaria entre los 20 y los 34 y los 24, la población que no pudo acceder a la escolaridad, se encuentra a partir de los 60 años” (Íbidem, p. 419).

Los datos obtenidos se reflejan ampliados en el siguiente cuadro:

Gráfico Nº 5 Acceso a la educación



Fuente: Plan de Desarrollo Municipal 2007 - 2011

Otros datos que se muestran en el plan son los siguientes. “En el Macrodistrito, el analfabetismo alcanza a un 15,7%, siendo en el caso de las mujeres más agudo, con un 25,7%. El promedio de años de estudio es de 5 años, siendo cuatro años en el caso de mujeres y 6 en el caso de hombres” (Ibídem, p. 425).

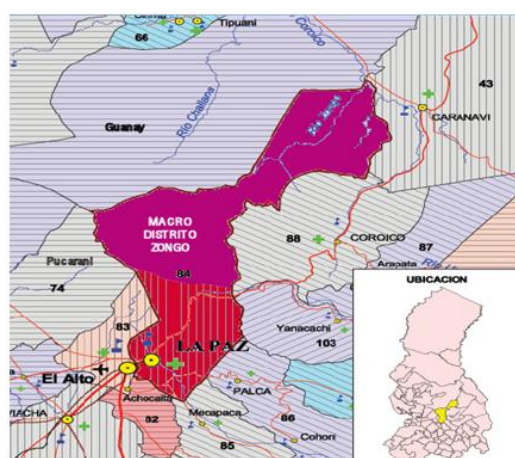
Cuadro Nº 4 Nivel de instrucción en la población

MUNICIPIO DE LA PAZ: NIVEL DE INSTRUCCIÓN MÁS ALTO ALCANZADO POR LA POBLACIÓN DE 19 AÑOS Y MÁS DE EDAD POR CONDICIÓN DE POBREZA Y SEXO, SEGÚN MACRODISTRITO									
(En porcentaje)									
MACRODISTRITO	NO POBRE			POBRE			TOTAL		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Macrodistrito Zongo	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Ninguno		2,74	1,09	15,45	34,95	24,17	11,97	28,80	19,31
Primaria	29,73	49,32	37,50	67,80	58,90	63,82	59,23	57,07	58,29
Secundaria	51,35	26,03	41,30	15,18	5,50	10,85	23,33	9,42	17,26
Superior no universitaria	14,41	15,07	14,67	1,31	0,65	1,01	4,26	3,40	3,89
Superior universitaria	4,50	6,85	5,43	0,26		0,14	1,22	1,31	1,26
Otros									

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - Censo Nacional de Población y Vivienda 2001
Elaboración: Dirección de Planificación y Control - Unidad de Investigación y Estadística Municipal

Así mismo se ha podido establecer que en todo el Macrodistrito existen 10 establecimientos y 10 unidades educativas, se debe apuntar que la superficie de este Macrodistrito es de 1.386,84 kilómetros cuadrados.

Gráfico N° 6 Ubicación geográfica del destino



Fuente: Plan de desarrollo Municipal de LP 2007-2011

La encuesta realizada por el GAMLP en el Macrodistrito sobre la percepción se tienen los habitantes sobre la educación muestran estos datos complementarios,

el 59 % de la población entrevistada no tiene algún miembro de su familia en la escuela o colegio, del 41 % restante, 87% asiste a la escuela y solo el 13 % al colegio y que además el 72% tiene ubicada su unidad educativa en su comunidad, el 19% en otra comunidad y el 6% en la ciudad de La Paz. (Ibídem, p. 426)

Además el “70% considera que no existen suficientes establecimientos en el distrito y un 75%, que no se tienen suficientes aulas”. (Ídem)

3.2.7 Seguridad Ciudadana

Las poblaciones del Macrodistrito manifiestan que existe inseguridad en el distrito, debido a que no se cuenta con autoridades como Corregidores, policías y mucho menos representantes del defensor del pueblo.

Esto trajo muchos problemas en el distrito pues existen robos, asesinatos y conflictos de diferentes ámbitos.

En el tema de violencia, los pobladores del Macrodistrito denuncian el maltrato a niños, mujeres y la violencia familiar. Sin embargo “en el caso de adultos mayores, se reportan problemas de abandono, debido a que los ancianos son abandonados por sus familiares, no tienen atención médica y no se toman medida para evitar este tipo de maltrato” (Ibídem, p. 429).

En la encuesta las personas indican que un 34% conocen las defensorías de la niñez, un 18% los servicios legales de la mujer y el 16% la defensoría del adulto mayor o discapacitado, seguramente de macrodistrito en la ciudad.

De estas personas el 17% ha utilizado las defensorías de la niñez y un 18 % las defensorías de la mujer y el 8% la del Adulto Mayor. (Ídem)

3.3 VOCACIONES ECONÓMICAS DEL DESTINO

3.3.1 Vocación económica del Macrodistrito

El Gobierno Autónomo Municipal de la ciudad de La Paz a través de talleres realizados para la elaboración del Plan de Desarrollo Municipal, ha identificado tres alternativas y/o vocaciones económicas para el desarrollo económico de este Macrodistrito.

En primer lugar la vocación hidroeléctrica. “El distrito 23 posee también abundantes recursos hídricos para la generación de energía eléctrica”. (Trópico, 1998, p. 4), la generación de energía eléctrica contribuyen en un 2.56% al PIB departamental.

La Minería ocupa el segundo lugar como actividad económica identificada en esta región, el (PDDA-LP 2012) menciona que a nivel departamental la minería aporta con un 5,90% al PIB, en la actualidad son las cooperativas mineras que explotan los recursos mineralógicos en la región cordillerana, la mina Milluni, la mina Unión, Mina Fabulosa, Mina Palcoco, Mina Natividad. Etc., hoy son administradas por pequeñas cooperativas con inversiones privadas.

La actividad Turística es identificada como tercera actividad económica en la región, según el (PDDA-LP 2012), a nivel departamental el turismo aporta con el 3,81 % al PIB departamental. Por esta razón el turismo es considerado potencial ya que muchas de las regiones carecen de vías de acceso, servicios básicos, servicios e infraestructura turística adecuada.

La actividad del Andinismo se realiza en todo el Destino Cordillera, que es considerada destino prioritario por el Viceministerio de turismo.²⁶, la temporada alta es de Mayo a Octubre, porque las condiciones climatológicas son favorables para la práctica de diversas actividades, ante esto las comunidades locales y emprendimientos privados ofrecen diferentes servicios, por ejemplo, servicios de hospedaje, alimentación, porteadores, guías locales etc.

Cuadro N° 5 Identificación de la vocación del Macrodistrito

Macrodistrito	Vocación	Vocación talleres
Macrodistrito Zongo		
Distrito 23	<ul style="list-style-type: none"> • Hidroeléctrica. • Recursos naturales y agropecuarios. • Turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo • Agropecuaria • Recursos Naturales • Artesanal y Micro empresarial
Fuente: Elaboración Propia en base al PDM LP		

3.4 EMPLEOS GENERADOS POR LA OPERACIÓN TURÍSTICA DEL ANDINISMO EN EL DESTINO

Realizando el trabajo de campo mediante las fichas de observación, se pudo identificar que la actividad del Andinismo en el Huayna Potosí genera fuentes de trabajo directas e indirectas.

Entre las fuentes de trabajo directas se destacan la prestación de servicios de hospedaje, donde las personas residentes se dedican a una serie de actividades, por ejemplo las mujeres prestan su servicio como cocineras y ayudantes de cocina para los diferentes grupos que arriban al destino por cuenta propia.

²⁶ Subprograma de desarrollo turístico integral "CDTI" cordillera real inventario de recursos turísticos

Los varones adultos se dedican al transporte de equipaje (porteadores), desde el campo base al campo alto, por otra parte los jóvenes se dedican al guiaje (guías locales), guías especializados de montaña.

Así mismo la actividad requiere del transporte para el traslado de los turistas desde los centros turísticos al atractivo visitado, las personas que realizan esta actividad son personas que no viven en el destino, por lo menos la mayoría, sin embargo se benefician de la actividad del Andinismo a través de la prestación de este servicio.

La elaboración de artesanía debería ser un punto fuerte para la generación de empleos, pues la fibra de las llamas, alpacas y ovejas son cotizadas a nivel internacional, con las cuales se podrían elaborar prendas de vestir aptas para ser usadas en el destino y para la práctica del Andinismo, sin embargo se realiza esta actividad a pequeña escala.

Un dato incesante que se pudo obtener debela que muchos de los turistas que visitan el atractivo no practican solamente Andinismo, sino también el Trekking, pues esta actividad les permite aclimatar su organismo para el desafío de ascender a un nevado de más de 6000 metros. Para esto contratan a personas de los lugares aledaños que les ayuden al traslado de los equipos y equipajes con la ayuda de sus animales, a estas personas se las denomina arrieros.

Señalar que las fuentes de empleo son temporales pues la actividad turística del Andinismo es estacional. Sin embargo para contrarrestar esta estacionalidad debería diversificarse la oferta de actividades turísticas.

3.5 OPERACIÓN TURÍSTICA EN EL DESTINO PRODUCTO HUAYNA POTOSÍ

3.5.1 Accesibilidad

La ciudad de La Paz como centro turístico es la base de operaciones del turismo de montaña. Un centro turístico se caracteriza por ser un

Conjunto urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficiente para motivar el

viaje de permitir un viaje de ida y regreso en el día, el radio de influencia.
(Boullón, 1996, p. 245)

Para Bolivia, se ha estimado en 2 horas (120 km) considerando una velocidad de un bus de 60 Km/hrs.

Para llegar a La Paz se tienen dos opciones, la primera por vía aérea y la segunda por vía terrestre. La Ciudad de La Paz cuenta con el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de El Alto, ambas ciudades consideradas centros turísticos.

Un dato importante publicado por el SIET²⁷ menciona que el aeropuerto Internacional de El Ato ocupa el segundo lugar en llegadas aéreas según el (SIET, 2011), un segundo lugar con el 31,2%, esto nos muestra que una considerable parte de la afluencia turística ingresa a nuestro país vía aérea.

Gráfico N° 7 Flujo de llegada de visitantes según vía aérea



El transporte aéreo es de vital importancia para un destino, en este caso la ciudad de La Paz y El Alto son consideradas centro de operaciones de toda la movida del turismo de montaña.

Por vía terrestre se llega a la ciudad de La Paz por la conexión existente entre Bolivia y Perú ya que son países vecinos. La población fronteriza de Desaguadero es la

²⁷ Sistema de Información Estadísticas de Turismo

conexión entre ambos países, una vez en la frontera se realiza un viaje de tres horas aproximadamente hasta llegar a las ciudades de El Alto y La Paz.

A partir de la llegada de turistas a La Paz, los turistas planifican su visita hacia los atractivos más importantes, vale decir se aproximan a una agencia de viaje que les ofrece y prepara los paquetes requeridos por ellos.

3.5.2 Caminos y vías de acceso

Desde La Paz Centro Turístico, existe una carretera ripiada que conduce al nevado Huayna Potosí que se encuentra estable y transitable durante todo el año, sin embargo es de vital importancia que dicha carretera se mantenga en constante mantenimiento o en lo posible se asfalte.

Por otro lado, el mantenimiento de la carretera que conduce al Huayna Potosí, la realizan la Compañía Boliviana de Energía Eléctrica, la Cooperativa minera de Milluni, como parte de programas de la Responsabilidad Social Empresarial, facilitando la maquinaria e insumos y la mano de obra por parte de las comunidades aledañas.

3.5.3 Servicios de transporte

Por vía aérea el aeropuerto Internacional de El Alto es el segundo en importancia del país. El mismo tiene vuelos diarios tanto nacionales como internacionales desde diferentes ciudades y diferentes partes del mundo. Esta es una enorme ventaja porque ayuda al movimiento del flujo turístico nacional e internacional desde el origen de viaje al destino.

Por otra parte, el transporte terrestre es la gran debilidad en el Destino Cordillera, debilidad, porque no existe transporte público fluido, en el caso del Huayana Potosí solamente existe una empresa de transporte que hace el recorrido hacia la población valluna de Zongo en dos horarios bien establecidos. Generalmente usada por las comunidades locales.

Los primeros horarios de salida son en la mañanas 05:00 am y por las tardes 13:00 pm desde inmediaciones de la Plaza Ballivián de la Ciudad de El Alto. La empresa de transporte cuenta con 3 minibuses y 3 buses que realizan el servicio de transporte, con capacidad de trasladar 150 personas por día.

El transporte privado es la opción más usada por las operadoras y agencias de viaje cuando organizan ascensiones al nevado Huayna Potosi. Muchas alquilan movilidades 4x4, minibuses y taxis para el traslado de los turistas al destino.

Sin embargo se debe señalar que este tipo de movilidades no responden a las necesidades de los turistas sobre todo los taxis.

3.5.4 Operadores turísticos

Están compuestas por todas aquellas agencias que ofertan entre sus productos actividades de montaña, el estudio Análisis del turismo de montaña y su nivel de planificación en el nevado Huayna Potosí, realizado por el IICSTUR señala que “se identificaron (...) 19 empresas que ofertan el nevado Huayna Potosí, de las cuales 60% son Operadores y 40 % Agencias de Viaje (...)” (Cuaderno de investigación N° 27, 2012, p. 25-26).

Entre operadoras y agencias tenemos a:

Agencia Andes Expeditions, Topas Bolivia SRL. Swiss & Bolivian Adventure, High Camp Lodge , Altitud 6000, Sarañani Tours, Huayna Potosí Travel Agency, Explorama Tours, Sky Bolivian Travel, Mountain & Jungla, Fortaleza Tours, Climbing south America, Adventures of mountain, All transport, Alberth Bolivian Tours, Millenium Adventure Expetion, Buho's tours, e Inca Land Tours, High Earth adventure travel agency. (Ídem)

Estas se encargan de la organización del viaje (parte operativa) realizan los contratos de los guías, cocineros, reservas de los refugios, transporte, etc.

La mayoría de estas operadoras no cuentan con equipo propio. "Solamente el 17% cuenta con equipo especializado" (Ibídem, p. 27), para el desarrollo de la actividad del Andinismo, el restante requiere de un intermediario o proveedor que alquile el mismo. El alquiler de equipo se lo realiza en la ciudad de La Paz y existen alrededor de 4 agencias que se dedican a este rubro.

Así mismo la investigación señala que dentro del Destino Cordillera el producto más vendido es el Huayna Potosí el 62% de las operadoras afirma esto. El grupo Condoriri ocupa el segundo lugar con el 18%. El Illimani con el 10% y demás ofertas con el 10%.

En cuanto a la difusión y promoción del destino, esta misma investigación indica "el 70% de las operadoras resalta que el internet es su más importante medio de difusión, reservas, consultas" (Ibídem, p. 27).

Por último las operadoras identificaron ciertos problemas latentes en el destino, el 40% de la operadoras menciona que el destino carece de servicios básicos. El 22% menciona que la accesibilidad es un problema para la operación. El 20% hace referencia al poco apoyo de las autoridades del área. El 8% identifica que la falta de equipo especializado limita la actividad y por último el 10% menciona que existe una competencia desleal por parte de la competencia. (Cuaderno de investigación Nº 27, 2012).

3.5.5 Servicio de hospedaje

Gracias a la observación y la entrevista se identificó que en el destino existen alrededor de 5 refugios de montaña, 3 de iniciativa privada y 2 comunitaria. Todos se caracterizan por ser refugios pequeños, con una capacidad de albergar 25 a 30 turistas día.

La gran diferencia entre refugios de iniciativa comunitaria y privada se centra en la gestión de las mismas. Las de iniciativa comunitaria no reciben cantidades importantes de turistas debido a su ubicación y falta gestión (estas no tienen alianzas de ningún tipo con agencias de viajes en la ciudad de La Paz).

Los de iniciativa privada son bien administrados, pues sus propietarios son guías de montaña que tienen agencias de viajes en la ciudad de La Paz y gracias a esto, reciben importantes cantidades de turistas. Además estos refugios poseen buenas instalaciones y equipamiento.

3.5.5.1 Agencias de viaje que invirtieron en la construcción de refugios en el destino.

Del total de agencias de viaje que operan en el destino solo 2 de ellas realizaron inversiones en la construcción de refugios de montaña. Estas dos agencias son: la agencia Huayna Potosí y la Agencia High Camp Lodge.

La primera construyó el "refugio Huayna Potosí" en la zona denominada Plataforma Zongo en inmediaciones del campo base a 4.700 msnm, así mismo invirtió en la construcción del campamento Huayna Potosí en campo alto a 5.350 msnm. La segunda construyó el refugio las Rocas a 5.130 msnm en el campo alto.

3.5.5.2 Características de los refugios de iniciativa privada

Refugio Huayna Potosí.- este refugio opera en el destino aproximadamente 20 años, tiene una capacidad instalada para albergar a 25 turistas día, el precio de hospedaje por noche oscila entre 20 a 25 dólares en temporada alta, en el resto del año 10 dólares, el refugio está construido con material que no rompe con el entorno paisajístico de la zona y cuenta con servicios de agua y energía eléctrica en campo base. El refugio de altura está construido con un material especial, que generalmente es usado para las construcciones de refugios de altura, pues las construcciones a 5.300 metros son extremadamente complicadas, es comprensible que estas rompan con el entorno. Tiene una capacidad de albergar hasta 15 personas por noche en sus dos ambientes y posee una letrina en inmediaciones.

Imagen fotográfica Nº 1 Características del refugio Huayna Potosí



Fuente: Propia, Izq. Refugio Huayna Potosí 4.700 msnm. Ubicación campo base - der. Refugio Huayna Potosí campo alto 5.350 msnm. Ambos refugios de propiedad del Dr. Hugo Berrios

Refugio Las Rocas.- opera en el destino 20 años aproximadamente, su capacidad instalada es de 30 turistas día, el precio de hospedaje por noche oscila entre 15 a 25 dólares, este refugio está construido con material existente en la región para no romper con el entorno paisajístico. El refugio cuenta con luz a través de paneles solares y agua a través de estufas que derriten nieve.

En los últimos años la afluencia de turistas al destino hizo que la misma invirtiera recursos para su ampliación del mismo.

Imagen fotográfica Nº 2 Características del refugio Las Rocas



Fuente: Propia Izq. Refugio Campo Roca 5.130 msnm. Ubicación campo alto. Der. Ampliación y construcción. Refugio de propiedad del guía de montaña y rescate Sr. Eulalio Gonzales Mamani.

Refugio Casa blanca.- es el primer refugio construido en el destino, este refugio es de iniciativa privada de la familia Altamirano, se ubica el campo base en el punto donde se inicia el ascenso al campo alto del Huayna Potosí.

Opera en el destino unos 25 años aproximadamente, este refugio al igual que el refugio Huayna Potosí poseen servicios básicos, (Luz eléctrica y agua), esto por su ubicación, accesibilidad y las inversiones realizadas por los propietarios.

Al ser de iniciativa privada familiar, es la misma familia que presta los servicios en el destino, este refugio está construido con materiales ajenos a la región pero se mimetiza en el entorno.

De la misma manera el refugio Casa Blanca realizó inversiones para ampliar su capacidad instalada con la construcción de otro refugio en campo alto, el refugio Casa del Guía ubicado a 5.270 msnm. Que es una construcción que opera hace dos años atrás, el refugio está construido con un material especial para soportar las condiciones climáticas a esa altura y cuenta con servicios de agua y luz a través de la incorporación de nuevas tecnologías (paneles solares y estufas), estas inversiones les permite ampliar su capacidad instalada y extender la estadía del turista en el destino.

Imagen fotográfica N° 3 Características del refugio Casa Blanca



Fuente: Propia, Izq. Refugio Casa Blanca 4.650 msnm. Ubicación campo base Huayna Potosí - der. Refugio Casa del Guía 5.270 msnm. Ambos refugios de propiedad de la Familia Altamirano

En cuanto a las características físicas de los refugios, la mayoría de estos se caracterizan por ser edificaciones de dos plantas al igual que los refugios del Perú con la diferencia del tamaño. Los refugios de montaña en Bolivia son construcciones pequeñas con una capacidad máxima de alojar en promedio a 25 turistas día.

La primera planta está destinada a la prestación de servicios complementarios, en esta se encuentra la cocina, el comedor, un espacio para preparar los equipos de escalada y una habitación para el personal de apoyo. La segunda planta destinada al descanso y pernocte de los turistas, algunos de estos refugios cuentan con camas unipersonales distribuidas en un ambiente único compartido, es decir no existen habitaciones independientes.

A continuación se realizará la descripción de refugios nuevos que fueron construidos por algunas familias que incursionan a la prestación de servicios, señalar que son emprendimientos de tipo familiar que en algunos casos operan desde hace un año atrás y otros están en proceso de construcción.

Refugio Vista Panorámica Huayna Potosí – Charquini.- es un refugio ubicado en el sector de Plataforma Zongo del campo base del nevado Huayna Potosí, propiedad del guía de montaña Adrian Ramiro Vargas Quispe. Es una construcción nueva que está en proceso de conclusión, sin embargo inició sus operaciones hace un año atrás. Este refugio al igual que el refugio Huayna Potosí poseen servicios básicos, (Luz eléctrica y agua), esto por su ubicación, accesibilidad y las inversiones realizadas. Tiene una capacidad de albergar hasta 20 turistas.

Este refugio de iniciativa privada aún no recibe gran afluencia turística, pues no tiene alianzas con las agencias que venden los paquetes al nevado, solamente recibe turistas que sobrepasan la capacidad instalada de los demás refugios en la temporada alta.

Imagen fotográfica N° 4 Características del refugio Vista Panorámica Huayna Potosí Charquini



Fuente: Propia Refugio Vista Panorámica Huayna Potosí Charquini ubicado campo base a 4.700 propiedad del guía de montaña Adrian Ramiro Vargas Quispe

Como se puede observar en la siguiente gráfica el mismo fue construido con material ajeno a la región, donde prevalece el ladrillo, el cemento y la calamina sin embargo los propietarios tienen planes de mimetizar el mismo con la obra fina. La construcción se caracteriza por ser de una sola planta con ambientes divididos para el pernocte, alimentación y descanso etc.

Refugio S/N.- este refugio se encuentra ubicado en el campo base del Huayna Potosí, propiedad del señor Prudencio Laura poblador de la comunidad de Llaullini, el refugio es nuevo y está en proceso de conclusión de la obra fina, a pesar de esto inició sus operaciones hace dos años atrás.

Este refugio que todavía no tiene nombre tiene una capacidad de albergar hasta 25 turistas, el precio de hospedaje oscila entre 20 a 30 bolivianos, dependiendo de los servicios que requieran los turistas, el mismo posee servicios de luz eléctrica y agua, esto por su ubicación y accesibilidad.

Una situación que se debe remarcar en la mayoría de los refugios privados es la competencia en la cuestión del precio del hospedaje en el destino. La proliferación de refugios sin tener en cuenta un estudio de capacidad de carga ha generado una competencia desleal entre los mismos, esta situación va en contra de la calidad de servicios, capacidad de carga y contaminación del destino, muchos de los

propietarios mencionan que esta situación “está matando el turismo en el destino”, es urgente la elaboración de un reglamento que regule este tipo de acciones.

Imagen fotográfica N° 5 Características del refugio S/N



Fuente: Propia - Vista panorámica del refugio S/N ubicado a 4.650 msnm. Propiedad del señor Prudencio Laura poblador de la comunidad de Llaullini.

En cuanto a las características físicas de la construcción se rompe con el entorno paisajístico, este refugio fue construido con materiales ajenos a la región, el ladrillo, calamina, cemento, yeso, en fin, materiales que rompen con la armonía paisajística del lugar.

Otros refugios en construcción en el destino.- existe un refugio más que está en proceso de construcción en el sector, a pesar de los viajes realizados para el trabajo de campo no se pudieron obtener datos sobre el mismo, sin embargo se hace mención al mismo pues esto muestra que en el destino se están haciendo inversiones por el sector privado (familias que quieren incursionar en la prestación de servicios de hospedaje), sin tener en cuenta un estudio del impacto ambiental, capacidad de carga y ordenamiento turístico que se requieren en el destino de manera prioritaria.

Esto debe llamar mucho la atención de las autoridades turísticas municipales pues ellas tendrían que realizar el control las mismas.

Imagen fotográfica N° 6 Características de otros refugios en construcción



Fuente: Propia - Vista panorámica del refugio en construcción ubicado a 4.650 msnm.

Como en la mayoría de los refugios de iniciativa privada, se construyen los mismos con materiales ajenos al destino esto rompe con el entorno paisajístico y además se pierde la autenticidad cultural que buscan los turistas que visitan nuestro país, la necesidad de reglamentar la actividad turística en la región cordillerana es primordial, pues permitirá controlar la misma.

A manera de concluir con esta sección los refugios de iniciativa privada por tratarse de iniciativas privadas los beneficios obtenidos por la prestación de servicios benefician directamente a los dueños e inversionistas y no así a la población local.

3.5.5.3 Refugios de iniciativa comunitaria

El trabajo de campo permitió identificar 2 refugios de estas características. El primero el refugio "Khunu Uta" que pertenece al municipio de Zongo y el segundo el refugio Casa Comunal Llaullini perteneciente a la comunidad del mismo nombre. Ambas de de administración comunitaria, pero realizando un análisis de la realidad estas dos últimas no reciben cantidades importantes de turistas debido a su ubicación y falta gestión.

3.5.5.4 Características de los refugios de iniciativa comunitaria.

Refugio Khunu Uta.- este refugio opera en el destino hace 6 años, fue construida gracias a las gestiones de la Subalcaldía de Zongo y la Unidad de Equipamiento e Infraestructura Turística del Gobierno Municipal de La Paz. Tiene una capacidad instalada para albergar a 16 personas día. El precio de hospedaje en el refugio oscila entre los 50 bolivianos y se incrementa hasta 110 bolivianos si se solicita los servicios de desayuno, almuerzo y cena. Este refugio fue construido con material existente en la zona conservando así el entorno paisajístico del destino.

Se construyó este refugio con la finalidad de generar fuentes de empleo para los habitantes de la comunidad de Llaullini, sin embargo la construcción por su mala ubicación no recibe flujo turístico importante y además en este último año las inclemencias climáticas deterioraron los techos y paredes del mismo, se requiere una inversión para su reparación porque si no se realiza este trabajo pronto este refugio sufrirá irreparables consecuencias.

Imagen fotográfica N° 7 Características del refugio Khunu Uta



Fuente: propia Refugio Khunu Uta 4700 msnm

Refugio Casa Comunal de Llaullini.- construido por iniciativa de la comunidad del mismo nombre, esta se encuentra en proceso de construcción, según el Secretario general de la comunidad de Llaullini el señor Jimmy Llusco, el mismo tendrá una capacidad de albergar a 25 personas día.

Se realizó la construcción del mismo con los recursos otorgados por los refugios privados, pues estos realizan un aporte a la comunidad así mismo con los recursos por el cobro de 25 Bs que se efectúa por el derecho de escalada en el Huayna Potosí.

Imagen fotográfica N° 8 Características del refugio Llaullini



Fuente: Propia Izq. Refugio Casa comunal de Llaullini. Der. Refugio campo alto de propiedad de la misma comunidad

La construcción ubicada en campo alto es nueva y es de un material ajeno al entorno, señalar que además su ubicación se instaló en inmediaciones del área de camping, donde turistas que gustan de la verdadera aventura instalaban sus carpas, esta última no se encuentra operando en la actualizada ya que está en proceso de construcción.

3.5.6 Identificación de actividades realizadas en el destino

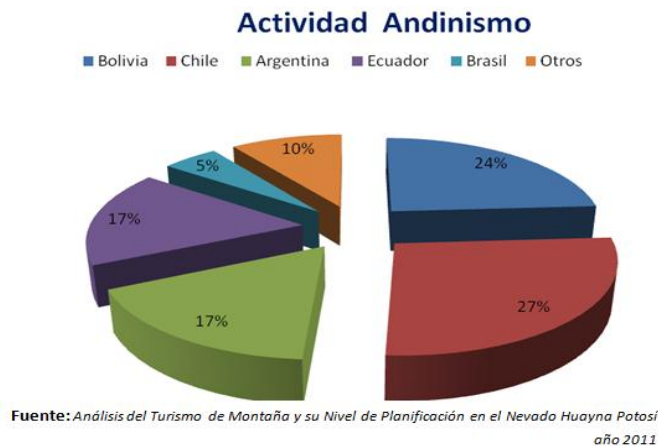
La mayoría de los turistas que visitan el destino lo hacen para la práctica las siguientes actividades:

La investigación titulada Análisis del Turismo de Montaña y su Nivel de Planificación en el Nevado Huayna Potosí año 2011, realizada por el IICSTUR 2012 debela datos importantes:

Se identificaron tres actividades principales desarrollas en el destino.

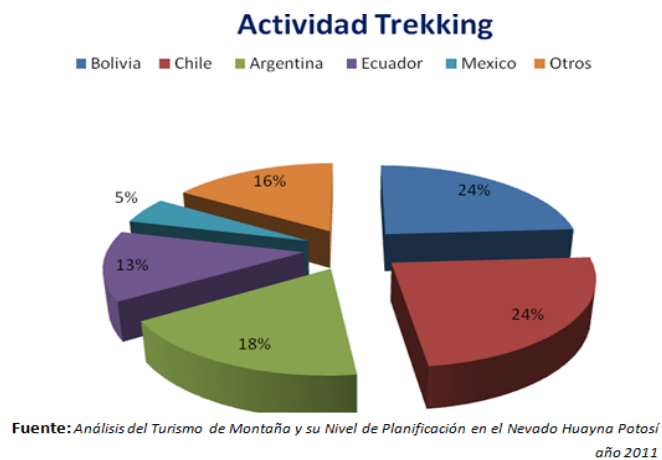
- El Andinismo como actividad principal, según esta investigación “Bolivia participa en el mercado regional con el 24% ocupando el segundo lugar de preferencia para la práctica de esta actividad según los estudios realizados por PROM PERÚ” (Ob.cit. Cuaderno de investigación N° 27, 2012, p. 37).

Gráfico N° 8 Actividad del Andinismo en Bolivia y su participación a nivel regional



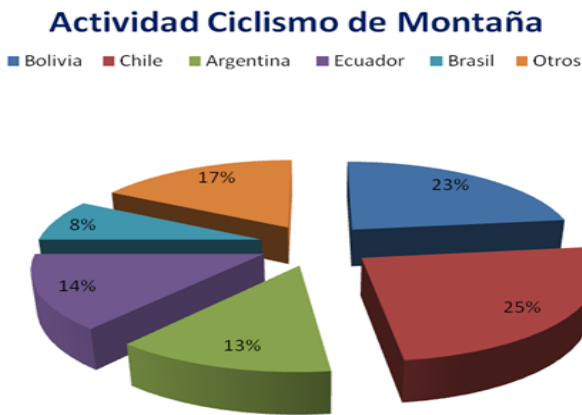
- El Trekking o senderismo que ocupa el segundo lugar, “nuestro país es el primer competidor en el desarrollo de esta actividad, Bolivia participa en el mercado regional con el 24%” (Ibídem p. 34)

Gráfico N° 9 Actividad del Trekking en Bolivia y su participación a nivel regional



- En ciclismo de montaña, “nuestro país (...) compite con un 23%. (...)” (Ibídem p. 33)

Gráfico N° 10 Actividad del Ciclismo de montaña en Bolivia y su participación a nivel regional



*Fuente: Análisis del Turismo de Montaña y su Nivel de Planificación en el Nevado Huayna Potosí
año 2011*

3.5.7 Identificación de servicios ofertados por la comunidad

Como se había mencionado anteriormente las agencias de viajes y los operadores turísticos, ofertan dentro de su producto las actividades del Andinismo, Trekking y ciclismo de montaña.

La oferta de la comunidad de Llaullini se centra en brindar servicios de hospedaje, alimentación, guiaje y servicio de porteadores en el destino.

3.5.7.1 Servicios de alimentación

El servicio de alimentación se planifica desde la ciudad de La Paz que es el centro de operaciones del turismo de montaña. Las agencias operadoras se encargan de contratar un cocinero y éste se encarga de realizar la compra de los insumos necesarios.

A diferencia con el Perú los cocineros de la región no reciben capacitación constante, pues no existe una entidad encargada de realizar esta tarea, muchos de los cocineros son personas que saben del oficio y conocen el destino. Al igual que en otros destinos, las agencias elaboran la lista de menú previa información otorgada por los turistas para evitar posible malestares en la montaña.

A diferencia con el Perú el cocinero suele preparar los tres alimentos del día (desayuno, almuerzo y cena). También preparar mucho líquido caliente para el ascenso. Para el traslado de los insumos y alimentos muy pocas veces se contrata el servicio de porteadores, los mismos cocineros se encargan del traslado de los mismos. Pero esto solo ocurre en el nevado Huayna Potosí por su cercanía y su accesibilidad, mientras que en otras montañas de la región se requiere de este servicio.

3.5.7.2 Servicios complementarios

En el Destino Cordillera no existen servicios complementarios como pistas de aterrizaje de helicópteros, servicios de rescate en montaña, postas sanitarias que brinden primeros auxilios, centros de monitoreo que coadyuven con la práctica del Andinismo de forma segura etc.

En el caso de las aéreas de camping en el Destino Cordillera solo se establece un campo de altura desde el cual se ataca la cumbre. Por las características técnicas de nuestros nevados no se requiere instalar más de un campo alto.

En el nevado Huayna Potosí se cuentan con espacios destinados al parqueo de las movilidades que trasladan a los turistas, sin embargo se requiere una señalización que permita identificarlas, así mismo se tienen aéreas de camping en los campos de altura que tienen el mismo problema la falta de señalización.

3.5.8 Flujo Turístico en el destino

De acuerdo con las estadísticas del Viceministerio de Turismo, en el año 2011 al Destino Cordillera llegaron 6389²⁸ turistas que realizaron una actividad ya sea escalada, Trekking, Hiking y/o actividades a fines. La mayoría de visitantes extranjeros, provenientes de Norte América y del Continente Europeo.

²⁸ Destinos, Museos y Áreas Protegidas -2011

Según las Estadísticas del Viceministerio de Turismo, el Flujo de Visitantes al Destino Cordillera Real y en especial a los Picos Nevados es de 797 visitantes anuales, los cuales practican turismo de alta montaña.

Esta cifra por supuesto irreal, pues no se puede admitir tan bajo reporte cuando según datos de los refugios en la temporada alta de montaña en el Huayna Potosí (Mayo- Octubre) "el año 2011 un promedio de 35 turistas por día ascendieron el nevado Huayna Potosí, (...) y realizando un cálculo los resultados son, un aproximado de 6.300 turistas aproximadamente practican Andinismo en el Huayna Potosí" (Ob. Cit. Cuaderno de investigación Nº 27. 2012: p. 17).

A manera de contrastar los datos brindados por el VMT, se realizó un trabajo de campo con una pequeña entrevista a los pobladores, donde se accedió al libro de registros que se tiene en el campo base y se rescató un dato importante, cada día ascienden al nevado Huayna Potosí entre 40 a 45 turistas²⁹ entre extranjeros y nacionales.

El trabajo de campo realizado muestra que en el año 2015 un promedio de 43 turistas por día ascendieron el nevado en temporada alta³⁰. Considerando esta cifra, se puede decir que 6.800 turistas aproximadamente practicaron Andinismo en el Huayna Potosí solo en temporada alta.

Dato que solo considera a turistas que practican esta actividad, ante este panorama es de vital importancia que las entidades encargadas del desarrollo del turismo y en coordinación con los involucrados en la actividad, establezcan espacios físicos, instrumentos, técnicas y personal que permita registrar y monitorear la actividad, vale decir establecer un sistema de control como se la hace en otros destinos de montaña fuera de nuestro país.

²⁹ Rango de visitas según los registros realizados por la comunidad de Llaullini en el refugio del mismo nombre

³⁰ Datos del registro de Llegadas Comunidad de Llaullini

3.5.9 Características de la demanda

En nuestro país no se realizan estudios de mercado por destinos, los cuales permitirían identificar de mejor manera a la demanda y tener datos más reales. Sin embargo las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación TIC's como el internet, permiten acceder a cierta información y estudios realizados en otros países.

Prom Perú³¹ en el estudio de mercado realizado para identificar el perfil del Turista de Aventura muestra datos importantes los cuales son:

- Las edades de los turistas que practican turismo de aventura oscila entre 18 a 34 años de edad.
- El 68% son solteros y de género masculino los cuales alcanzan en un 65%, y el restante 3% de género femenino.
- En cuanto al nivel educativo el 90% cuentan con educación superior. Es decir son profesionales y poseen elevado poder adquisitivo.
- El 12 % de éstos son miembros de una asociación de deportes de aventura mientras 88% realiza esta actividad por hobby.
- Un 37% de turistas que realizan este tipo de actividades son de nacionalidad estadounidense, el 17% de nacionalidad española, siendo estas dos las cifras más significativas de una muestra general y mundial.

La investigación realizada por el IICSTUR el 2012³² en el Destino Cordillera muestra datos sobre las características de la demanda del turista de aventura.

Según esta investigación,

El 48% de los turistas visita este destino por tener contacto con la naturaleza, principal motivación de viaje. Seguido por la apreciación de

³¹ Agencia de Promoción del Perú dependiente del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

³² Cuaderno de investigación N° 27

paisajes con el 41% y por último solo un 10% de los encuestados realiza estos viajes por la práctica de un deporte". (Ob.cit. Cuaderno de investigación N° 27. 2012: p. 19)

Con respecto a la nacionalidad de los turistas que practican Andinismo, la investigación señala que "el 32% proviene del continente europeo, seguido por los norteamericanos que ocupan el segundo lugar con el 26% y por último el 18% son latinoamericanos" (Ibídem, p. 20).

En cuanto al rango de edad de los viajeros que practican turismo de montaña en el Destino Cordillera, el rango oscila entre los 20 a 35 años los cuales representan un 86%. El restante 14% se encuentra entre los 36 a 50 años. Cuaderno de investigación N° 27, 2012).

En cuanto al tema de género esta misma investigación muestra lo siguiente: "el 70% es género masculino y el restante 30% de género femenino" (Ob.cit. Cuaderno de investigación N° 27. 2012: p. 20).

La investigación señala además que los canales de información utilizado por el turista son: "(...) por excelencia el internet, los turistas que consultan este medio representan el 77%, seguido por la sugerencia de amigos y/o familiares con el 15% y por último información obtenida por las agencias de viaje con un 8%" (Ibídem, p. 21).

En cuanto a la organización del viaje los resultados de la encuesta son los siguientes,

El 75% de los turistas adquieren paquetes organizados. El 15% solamente adquiere la parte logística (Transporte, hospedaje, alimentación). El 10% viaja independiente. Este último dato preocupante ya que no se puede admitir que para un turismo especializado como el Andinismo, se realicen viajes independientes, esto porque el turismo de montaña requiere ser monitoreado para evitar riesgos. (Ibídem, p. 21-22)

3.5.10 Estacionalidad del turismo de montaña

Un aspecto importante para tomar en cuenta es la estacionalidad de la actividad del Andinismo y como tal responde a la rigidez de la oferta, esto significa que “la venta del producto turístico no es permanente porque depende (...) de la estacionalidad³³. Es decir que la demanda se concentra en determinada época del año y se relaja durante el resto del año” (Ob. Cit. Arias, 2006, p. 80).

En el pasado esta estacionalidad estaba bien marcada por las condiciones climáticas de nuestro país, la temporada alta del Andinismo se centraba en 3 meses junio, julio y agosto.

Sin embargo los cambios climáticos han permitido que la estacionalidad sufra cambios notables, en la actualidad la temporada alta del turismo de montaña se centra entre los meses de Mayo, Junio, Julio, Agosto, Septiembre y mediados de Octubre.

Aparentemente una buena tendencia para la oferta del turismo de montaña, sin embargo el cambio climático también trae consigo cambios drásticos para las montañas como se señaló anteriormente.

3.5.11 Formación de guías de montaña

En la actualidad la AGMTB Asociación de Guías de Montaña y Trekking Bolivia es la única entidad encargada de la formación de guías de turismo de montaña. Esta institución cuenta con el aval de la UIAGM (Unión Internacional de asociaciones Guías de Montaña).

La formación de los guías se basa en tres elementos importantes, por una parte esta la formación en Rescate organizado en Alta Montaña, curso obligatorio desarrollado por el aspirante a guía de montaña. El segundo elemento de formación en conocimientos generales y fundamentales de turismo (características geográficas,

³³ Supone simplemente periodos de alta, media y baja actividad de compra – venta turística en los que los agentes climáticos, periodos vacacionales, poder adquisitivo, grado de paz, tranquilidad de los países, el nivel cultural y la moda disponen en la misma.

ecología, técnicas y manejo de grupos, Materiales y equipos etc.). Por último el Curso de Alpinismo (roca, hielo, mixto y nieve – técnicas y habilidades en montaña).

La gran limitante en la formación del guía de montaña es la ausencia de conocimiento de idiomas extranjeros (inglés, francés, alemán, italiano) por lo tanto, escasez de profesionales con manejo de segundos y terceros idiomas de manera fluida.

A manera de historia en 1985 se inició la formación de los guías de montaña y de su profesionalización bajo la tutela de la (ENSA) École Nationale de Ski et Alpinisme de Francia.

Desde 1995, la AGMT, en convenio con la ENSA, viene organizando cursos de profesionalización aunque sin ningún reconocimiento de parte del Estado- a través de su Escuela de Montaña (semillero) y, por esta razón, cada directiva tiene la cartera de director de la Escuela de Montaña.

La AGMT tuvo, entonces, la oportunidad de lograr la membrecía en la UIAGM representando en dicha Unión a Bolivia cuya coyuntura le permite a la Escuela de Montaña de la AGMT diplomar a los aspirantes con el diploma ENSA/AGMT y por consiguiente certificarles como guías UIAGM. (Proyecto Escuela Profesional de Montaña de Bolivia 2006: p.3)

La AGMTB en la actualidad cuenta con:

41 GUIAS DE MONTAÑA UIAGM titulados: 26 de Bolivia, 3 de Chile y 12 de Ecuador. 27 ASPIRANTES A GUIAS DE MONTAÑA: 17 de Bolivia, 3 de Chile, 4 de Ecuador, 2 de Venezuela y 1 de Colombia. 8 GUIAS DE TREKKING: todos de Bolivia.

Datos extraídos de la página web oficial de la AGMTB (Disponible en: <http://www.agmtb.org/>)

Sin embargo a diferencia con el Perú, la AGMTB en Bolivia solamente forma guías de montaña y Trekking y no así a personal de apoyo como ser: ayudantes de montaña, cocineros, arrieros y porteadores, pues la actividad de montaña no requiere solamente del guía profesional sino de todo un equipo de logística que coadyuve a la prestación de un servicio de calidad al turista.

CAPÍTULO IV MARCO METODOLÓGICO

4.1 ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se empleó el proceso de investigación mixto, es decir se combinó la investigación cuantitativa y la cualitativa. Como lo señalan Hernández, Fernández y Baptista,

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 546)

La combinación de estos dos tipos de investigación ayudó a responder la pregunta de investigación y alcanzar el objetivo general presentados en el primer capítulo, de manera más clara y específica. Además que este tipo de investigación permite usar diferentes instrumentos de recolección de datos y análisis de los mismos. “Los métodos de investigación mixta son la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno” (Ídem).

Así mismo este enfoque permitió clasificar, producir datos más ricos y diversos pues se consideran diversas fuentes y tipos de datos, habientes y contextos para su análisis. Logrando así acercarnos a la realidad.

La investigación cuantitativa fue usada en el primer instrumento de recolección de información, es decir el cuestionario dirigido a los pobladores de la comunidad de Llaullini, pues ellos brindaron los datos requeridos para la presente investigación. Esta primera fase permitió medir en qué grado el Andinismo coadyuva al desarrollo de la comunidad de Llaullini.

Los datos obtenidos con el cuestionario fueron transformados en valores numéricos (datos cuantificables) y de esta manera demostrar el grado de cooperación que realiza el Andinismo al desarrollo social de la comunidad, y de esta manera aportar datos nuevos en el tema de investigación.

Por otra parte la investigación cualitativa permitió contrastar los datos obtenidos con el cuestionario, con el segundo instrumento de recolección de información la entrevista, misma que está dirigida a autoridades municipales, departamentales y locales que tienen directa relación con el ámbito turístico (directores de turismo GAM-LP. GAD-LP, Subcalde del distrito 9). Contrastar los datos permitió evitar sesgos en la investigación y observar el problema desde diferentes perspectivas.

Como se ha observado la presente investigación tiene un alcance descriptivo, es decir, se caracteriza por:

(...) especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, (...). (Ob. Cit. Hernández, et al., 2010, p. 80)

Desde el ámbito científico describir significa medir, en ese entendido se miden preguntas, cuestionantes etc. una vez medidas se deben describir las mismas. Y eso es precisamente lo que se pretende realizar con el presente trabajo de investigación.

La investigación descriptiva permitirá describir el grado de desarrollo social de la comunidad de Llaullini originada por la actividad turística del Andinismo, lo que permitirá cumplir con el objetivo general planteado anteriormente, también permitió identificar y describir la participación de la población local en la operación turística, además, permitió identificar las mejoras físicas de infraestructura causadas directa

o indirectamente por el turismo y por último permitió identificar la percepción de los pobladores locales respecto al mejoramiento de su calidad de vida.

El método empleado para la realización de la investigación será el método de análisis y síntesis. El método analítico "es aquel que se distinguen sus partes de un todo y procede a la revisión ordenada de cada uno de esos elementos por separado (...)" (Castellón, 2004, p, 15). Por otra parte el método sintético "consiste en reunir los diversos elementos que se habían analizado anteriormente" (Ibídem, p 16). El análisis y síntesis son dos fases que se complementan entre sí, tornándose en un método aplicable en cualquier ciencia.

4.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de carácter no experimental. Según Tintaya éstas "son formas de indagación que buscan comprender al objeto de estudio en su ambiente natural, sin introducir modificación alguna en los sujetos, sin provocar variaciones artificiales en la variable de estudio" (Tintaya, 2008, p. 34). Según Hernández una investigación no experimental "es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos" (Ob. Cit. Hernández, et al., 2010, p. 149).

Así mismo, la investigación será de corte longitudinal, (cronológico) este tipo de investigaciones según Tintaya "dan cuenta de las transformaciones o variaciones que sufre el objeto en un periodo de tiempo" (Ob. Cit. Tintaya, 2008, p. 160), con la que se pretende determinar en qué grado el Andinismo ha contribuido al desarrollo social de la localidad de Llaullini.

Para el adecuado estudio se emplearán dos diseños de investigación de campo, el diseño transeccional descriptivo y el diseño de tendencias.

El diseño transeccional descriptivo tienen como objetivo “indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. (...); y así proporcionar su descripción. Son, por tanto, estudios puramente descriptivos” (Ob. Cit. Hernández, et al., 2010, p. 152-153).

En ese entendido, el plan de investigación se inició con la identificación de las variables de estudio y con la ayuda de la revisión bibliográfica, se procedió a la descripción de las características particulares de las mismas. Por un lado la descripción del Andinismo como actividad turística, por otro, la descripción de los diferentes enfoques sobre desarrollo y posteriormente adoptar una posición. Esta tarea está reflejada en el segundo capítulo de la investigación.

El segundo diseño de investigación de campo es el diseño de tendencia (trend), según Hernández “son aquellos que analizan cambios a través del tiempo (...), dentro de alguna población en general. Su característica distintiva es que la atención se centra en la población” (Ob. Cit. Hernández, et al., 2010, p. 159).

El diseño de tendencias llevará a cabo el análisis cuantitativo de la información que se obtendrá con los cuestionarios, es decir el análisis del primer y segundo cuestionario, instrumentos de recolección de datos aplicado en la población y los guías de montaña que son parte de este estudio.

El primer cuestionario analizará el desarrollo social de la población y sus miembros, a través de la incursión en la actividad turística del Andinismo. Así mismo el segundo cuestionario analizará la segunda variable de estudio el Andinismo.

Por otro lado, se realizará un análisis cualitativo con el tercer instrumento de recolección de datos la entrevista, como se había mencionado con anterioridad se aplicó el mismo a la muestra identificada (autoridades del ámbito turístico municipal, regional y local), para posteriormente contrastarla con los datos del primer instrumento.

Estas últimas tres tareas hacen referencia netamente al trabajo de campo, es decir al diseño y aplicación de los cuestionarios y la entrevista aplicada a la muestra identificada en el siguiente punto.

4.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población en un trabajo de investigación científica es entendida como “el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (Ob. Cit. Hernández, et al., 2010, p. 174). Vale decir, quiénes van a ser medidos.

La población en el presente trabajo de investigación está compuesta por personas que habitan en la comunidad de Llaullini, guías de montaña y autoridades principales de turismo del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, Gobierno Autónomo Departamental de La Paz y la Sub alcaldía del macrodistrito 9. Esto para comparar y diluir los posibles sesgos existentes en los datos obtenidos con los diferentes instrumentos de investigación.

Como lo señala el objetivo de la presente investigación, se pretende determinar en qué grado *el Andinismo* coadyuva al *desarrollo social* de la comunidad de Llaullini. Esta es la razón por la que se considera dentro de la población de estudio a los miembros de la comunidad de Llaullini, pues a través de ellos, podremos conocer la situación de desarrollo en el destino, además como se había mencionado anteriormente se contrastará los datos con la tercera técnica de investigación, la entrevista.

Según el INE 2012, esta población cuenta con 146 habitantes esparcidos por un terreno muy amplio y escabroso, por las características geográficas del lugar los habitantes construyeron sus viviendas por diferentes lugares, lo cual complica un poco el trabajo de investigación en la aplicación del instrumento de recolección de información (cuestionario).

Cuadro Nº 6 Población empadronada en el censo 2012 en la comunidad de Llaullini

DEPARTAMENTO ESTADISTICO : LA PAZ
PROVINCIA ESTADISTICA : MURILLO
MUNICIPIO ESTADISTICO : NUESTRA SEÑORA DE LA PAZ
COMUNIDAD(ES) : LLAULLINI

POBLACIÓN EMPADRONADA POR SEXO, SEGÚN GRUPO DE EDAD			
Grupos de edad	Total	Hombres	Mujeres
Total	146	79	67
0-3	9	3	6
4-5	2	1	1
6-19	29	13	16
20-39	41	22	19
40-59	32	17	15
60 y más	33	23	10

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas - Censo Nacional de Población y Vivienda 2012

La muestra que se utilizó en la presente investigación fue la muestra no probabilística, misma que se caracterizan porque la "elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra" (Ibídem, p. 176).

Esta muestra llamada también muestra dirigida, suponen un procedimiento de selección informal, la ventaja de una muestra no probabilística es su utilidad para determinado diseño de estudio que requiere no tanto una "representatividad de elementos de una población, sino una cuidadosa y controlada elección de sujetos con ciertas características especificadas previamente en el planteamiento del problema" (Ob. Cit. Hernández, et. al., 1998, p. 208).

Las muestras no probabilísticas, pese a ser consideradas poco rigurosas y carentes de base teórica, son bastante frecuentes, incluso hay situaciones en que es más conveniente usar un muestreo no probabilístico, por ejemplo cuando vamos a hacer estudios de casos, de poblaciones heterogéneas, o en estudios que son dirigidos a poblaciones y grupos muy específicos donde interesa una cuidadosa y controlada selección de sujetos con determinadas características. (Scharager, y Armijo, 2001, p. 1)

Se determinó usar este tipo de muestra porque es difícil acceder a todos los miembros de la comunidad por las características geográficas de la región, la población está asentada dispersamente a lo largo del espacio geográfico de estudio.

Así mismo se tuvo otros tipos de muestras para el segundo y tercer instrumento de recolección de información (las entrevistas).

4.3.1 Muestreo por cuotas

Para la determinación de la muestra se usó el muestreo por cuotas.

También denominado en ocasiones "accidental (...). Se asienta generalmente sobre la base de un buen conocimiento de los estratos de la población y/o de los individuos más "representativos" o "adecuados" para los fines de la investigación". En este tipo de muestreo se fijan unas "cuotas" que consisten en un número de individuos que reúnen unas determinadas condiciones. (Dugarte, 2009, p. 8)

En ese entendido las cuotas fijadas para la presente investigación son:

Cuadro N° 7 Establecimiento de cuotas para la muestra

Aspecto	Establecimiento de Cuota
Cantidad	60 personas
Estado civil	Casadas y sean jefes de familia (padre o madre)
Edad	35 años como mínimo.
Actividad económica.	Que se dediquen a la prestación de servicios turísticos.
Residencia.	Comunidad de Llaullini
Experiencia en la actividad.	Como mínimo 10 años trabajando en la actividad turística.
Fuente: Elaboración Propia.	

El primer instrumento de recolección de información tiene por objetivo medir la primera variable de estudio (desarrollo social), por esta razón se toma en cuenta dentro de la muestra a pobladores de la comunidad de Llaullini.

4.3.2 Muestreo de sujetos tipo

Se empleó este tipo de muestreo para el segundo instrumento de recolección de datos (entrevista), pues su objetivo es brindar "(...) riqueza, profundidad y calidad de la información, no la cantidad ni la estandarización" (Ob. Cit. Hernández, et. al., 1998, p. 397). Como se señala, este tipo de muestra "está integrada por personas singulares que se caracterizan por desarrollar una forma de ser y/o una actividad particular" (Ob. Cit. Tintaya, 2008, p 210). Los ejemplos son claros, se puede realizar este tipo de muestra a los alcaldes, representantes locales, autoridades originarias etc.

Esta segunda muestra tiene por objetivo enriquecer los datos obtenidos con el primer instrumento de recolección de datos y contrastar los mismos, mediante la entrevista.

En este entendido la muestra establecida se detalla en el cuadro siguiente:

Cuadro N° 8 Muestra sujeto tipo para la entrevista

Institución	Cantidad	Cargo	Nombre
GAM - LP	1	Asesora de la Agencia para el Desarrollo Turístico de La Paz Maravillosa	Sra. María Teresa Chávez V.
GAD - LP	1	Directora de Turismo	Lic. Miriam Catari Condori
SUB ALCALDIA D/9	1	Analista Técnico	Lic. María E. Romero Ramírez
Total:	3	entrevistados.	
Fuente:	Elaboración Propia.		

4.3.3 Muestreo de expertos

Se empleó este tipo de muestreo para el tercer instrumento de recolección de datos, la encuesta dirigida a guías de turismo de montaña, cuyo objetivo es medir la segunda variable de estudio, el Andinismo.

Según Tintaya este tipo de muestra debe estar "compuesta por personas idóneas en determinadas áreas de conocimiento o actividades capaces de ofrecer información y puntos de vista sobre un asunto específico" (Ob. Cit. Tintaya, 2008, p 210).

En ese entendido la muestra estará compuesta por guías de montaña que trabajen en el destino, según datos de la AGMTB ésta asociación cuenta con 41 guías de montaña titulados, de los cuales 26 son de nacionalidad boliviana y los restantes son extranjeros, ante esto se vio por conveniente realizar 15 cuestionarios a los guías bolivianos.

A manera de resumen, la muestra para la presente investigación está compuesta de la siguiente manera:

- ✓ 60 cuestionarios dirigidos a la población local que medirán la primera variable.
- ✓ 3 entrevistas dirigidas a autoridades locales, municipales y regionales involucradas en el ámbito turístico, que contrastará los datos obtenidos con el primer instrumento.
- ✓ 15 cuestionarios dirigidos a guías de turismo de montaña que medirá la segunda variable.

En ese entendido la **MUESTRA TOTAL** para esta investigación es de **78** cuestionarios que permitirán medir las variables estudiadas.

Esta muestra permitió calificar y cuantificar la información obtenida, información rica que permitirá realizar conclusiones lógicas para poder probar o refutar la hipótesis planteada con anterioridad.

4.4 CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN AMBIENTE GEOGRÁFICO

Como ya se había mencionado anteriormente, el espacio geográfico de estudio se encuentra ubicado próximo al nevado Huayna Potosí en la comunidad de Llaullini que "se encuentra aproximadamente a 56 km. Al noreste de ciudad de La Paz a 2 horas de la sede de gobierno, geográficamente está ubicada en los 16° 15' 45" Latitud Sur y 68° 9' 15" Longitud Oeste" (Ob. Cit. Cuaderno de investigación N°27, IICSTUR 2012, p.6).

La descripción más detallada se encuentra en el segundo capítulo de esta investigación

4.4.1 Ambiente temporal de estudio

La presente investigación se la realizó entre los meses Diciembre 2011 a Noviembre de 2015, donde se tomo como muestra a pobladores de la comunidad de Llaullini, representantes del ámbito turístico (local, municipal y regional) y guías de turismo de montaña que forman la unidad de análisis y de estudio.

4.5 Técnicas e instrumentos de investigación

Otro elemento importante para toda investigación científica es la técnica. “Llámesse Técnica es un instrumento que constituye a viabilizar los diferentes pasos como la concentración, análisis, clasificación y procedimiento de datos que ameriten la necesidad para un nuevo conocimiento social. La técnica conduce al conocimiento (...)” (Yugar, 1998, p. 22). Entonces la técnica es entendida como el conjunto de procedimientos y recursos que se emplean en una ciencia, así mismo es la habilidad que posee el ser humano para utilización de esos procedimientos y/o recursos.

En el presente trabajo de investigación como técnicas que coadyuven a la investigación en la recolección de información se emplearon la técnica de investigación documental, la observación, la entrevista y la aplicación de pruebas.

4.5.1 Fichas de investigación documental

La técnica de investigación documental, cuyo instrumento principal utilizado fue la ficha de investigación documental (ver anexo nº 1), permitió la revisión y acopio de la información requerida para la elaboración del documento final. Las fichas permitieron obtener información tanto de las fuentes primarias y secundarias. Una vez acopiada la información se procedió a la selección y análisis de las mismas, para posteriormente ser plasmadas en el documento que sustenta la investigación.

4.5.2 Registro de observación no estructurado

La técnica de la observación como lo señala Rodríguez y otros (1984) citado por Tintaya, es como el "(...) método de conocimientos empírico, es la percepción dirigida a la obtención de información sobre el objeto y fenómenos de la realidad" (Ob. Cit. Tintaya, 2008, p, 222). Esta técnica permitió registrar en nuestros sentidos el objeto de investigación, para posteriormente ser descompuesta elemento por elemento y recompuesta al final para la estructuración del reporte final.

Como se había señalado anteriormente ésta técnica contribuyo con el trabajo de campo en el registro de la operación turística realizada en el destino (localidad de Llaullini). Su instrumento principal fue el registro de observación no estructurado (ver anexo nº 2). Se debe señalar que dentro de la técnica de observación existen diferentes tipos. En la presente investigación se usó la observación natural, es decir se buscaba descubrir las propiedades y relaciones naturales, "es una observación abierta" (Ibídem, p. 224).

4.5.3 Cuestionario (Dirigida a la población de Llaullini)

Para la investigación cuantitativa que equivale a medir el fenómeno de investigación (grado de desarrollo social de la comunidad de Llaullini), se empleó la técnica de aplicación de pruebas, ésta "es otra técnica de investigación muy importante para determinar y registrar información referida a las percepciones, capacidades, actitudes, los rasgos de personalidad, (...)" (Ibídem, p. 230).

El instrumento de ésta técnica es el cuestionario (ver anexo nº 3), mismo fue elaborado gracias a la operacionalización de las variables. El objetivo de este instrumento es medir la primera variable de estudio, el mismo está compuesto de 40 preguntas dentro de las cuales existen preguntas de elección múltiple, preguntas abiertas y cerradas, y además se encuentra dividido en 7 ámbitos.

La primera sección destinada a identificar los datos generales de identificación, que permite identificar algunas características de las (os) consultados. El segundo ámbito está reservado a identificar las actividades económicas en el destino, esta sección está compuesta de tres preguntas de elección múltiple. El tercer ámbito está destinado a establecer la importancia de la actividad turística en el destino, la misma conformada por ocho preguntas de las cuales una corresponde a las preguntas abiertas. El cuarto ámbito, consignado a la comercialización del producto y/o servicio, conformada por tres preguntas de elección múltiple. El quinto ámbito destinado a lo social, la misma subdividida en 4 niveles, el nivel social conformado de seis preguntas de selección múltiple de las cuales una es pregunta cerrada, el nivel acceso a servicios básicos compuesto tres preguntas de las cuales dos son de selección múltiple y una pregunta cerrada, el nivel cultural conformado por una pregunta de selección múltiple, y por último el nivel educativo con seis preguntas de las cuales tres son de elección múltiple y las restantes preguntas cerradas. El sexto ámbito destinada al tema ambiental, en el mismo se destacan seis preguntas de las cual es una es pregunta cerrada. Y por último el ámbito otras actividades económicas generadas por la actividad turística, esta sección la componen cuatro preguntas de las cuales dos son cerradas y las restantes abiertas.

En cuanto a la aplicación del instrumento, el mismo se realizó en tres semanas en el Huayna Potosí y como se había mencionado con anterioridad se aplicó este instrumento en pobladores de la comunidad de Llaullini que es parte del estudio.

4.5.4 Guía con preguntas y respuestas estructuradas

Para la investigación cualitativa al tratarse de un estudio más a fondo del problema de investigación, se utilizó la técnica de entrevista individual - estructurada, la cual es una mezcla de los dos tipos de entrevista, donde "(...) el asunto de la conversación está definida previamente por el entrevistador. La entrevista se desarrolla de acuerdo con la estructura del tema" (Ibídem, p. 227). Es una entrevista planificada y preparada previamente por el entrevistador.

Esta técnica tiene como instrumento la guía con preguntas y respuestas estructuradas, (ver anexo nº 4), mismo que se caracteriza por "facilitar la agrupación y clasificación adecuada de los datos, y disminuye el error o vaguedad en la información" (Ibídem, p. 228). Éste instrumento está compuesto de 14 preguntas tanto preguntas abiertas como cerradas, el objetivo principal de la misma es contrastar los datos obtenidos con el primer instrumento.

La guía con preguntas y respuestas estructuradas se divide en 6 ámbitos que corresponden a la misma secuencia del primer instrumento de recolección de datos. El primer ámbito destinado a identificar las principales actividades económicas desarrolladas en el destino, el mismo compuesto de una pregunta de selección múltiple, donde el entrevistador marca las opciones de acuerdo a la respuesta de él o la entrevistada. El segundo ámbito establece la importancia de la actividad turística del Andinismo en el Huayna Potosí, esta sección conformada de cuatro preguntas de las cuales tres son preguntas de selección múltiple y una pregunta abierta. El tercer ámbito destinado a lo social, además este ámbito está sub dividido en los niveles anteriormente mencionados; el nivel sociocultural compuesto de una pregunta. El nivel educativo conformado por dos preguntas una cerrada y otra abierta. El cuarto ámbito está conformado por preguntas de enfoque ambiental, este ámbito está compuesto de dos preguntas una abierta otra cerrada. El quinto ámbito promoción y fomento al turismo la compone una pregunta abierta. El último ámbito acciones para mejorar la actividad turística, está conformada por cuatro preguntas abiertas.

Por sus características este instrumento estructurado brinda la facilidad de marcar las respuestas del entrevistado para facilitar la sistematización de las respuestas brindadas, además señalar que las preguntas cerradas son importantes, pues las mismas a parte de obtener la respuesta concreta, buscan obtener información adicional destinada a enriquecer con información el estudio.

En cuanto a su aplicación este instrumento generalmente es oral, uno ocupa el papel de entrevistado y el otro del entrevistador. Esta tarea se la realizó en dos semanas pues se estuvo sujeto a la disponibilidad de tiempo de las autoridades turísticas entrevistadas, pues se realizó una solicitud de entrevista mediante una nota.

4.5.5 Cuestionario (Dirigida a Guías de montaña)

La tercera técnica empleada fue la técnica de aplicación de pruebas, su principal instrumento es cuestionario (ver anexo nº 5). Este instrumento tiene como objetivo medir la segunda variable de estudio el Andinismo, pues permitirá obtener información sobre la actividad turística del Andinismo en el nevado Huayna Potosí y su aporte al desarrollo social de la comunidad.

El cuestionario fue previamente estructurado gracias a la operacionalización de variables, el mismo está conformado por 29 preguntas de selección múltiple y se aplicó en guías de montaña que trabajen en el destino. Este instrumento se divide en cinco ámbitos descritos a continuación.

El primer ámbito identificación de los datos generales de identificación, compuesta de cinco preguntas. El segundo ámbito identificación de las principales actividades turísticas practicadas en el destino, está compuesta de una pregunta de elección múltiple. El tercer ámbito Andinismo características, se divide en tres secciones; la primera sección técnicas conformada por dos preguntas de elección múltiple, la segunda sección preparación física compuesta por tres preguntas dos de selección múltiple y una pregunta abierta, la tercera sección equipo especializado está conformada de tres preguntas, una pregunta abierta, una cerrada y una de selección múltiple. El cuarto ámbito operación turística compuesta de once preguntas, donde diez son de selección múltiple y una es pregunta abierta. El quinto remuneración del guía de montaña se compone de nueve preguntas, de las cuales cinco son de selección múltiple, tres son preguntas abiertas y una es pregunta cerrada.

En cuanto a su aplicación la misma se realizó en dos semanas, tanto en la comunidad de Llaullini nevado Huayna Potosí y en la Asociación de Guías de Montaña y Trekking Bolivia (AGMTB), cuyas oficinas se ubican en la ciudad de La Paz.

Todas las técnicas e instrumentos usados en la presente investigación permitieron recabar información de los sujetos de estudio y contrastar los datos obtenidos para evitar sesgos y vacíos de la información requerida. Los instrumentos están preestablecidos gracias a la tarea de operacionalización de las variables de estudio, que permitió identificar los aspectos que se quieren medir.

CAPÍTULO V ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

5.1 RESULTADOS OBTENIDOS CON EL PRIMER INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS - CUESTIONARIO DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE LLAULLINI

Esta primera parte señala los datos generales de identificación que permitieron conocer la muestra del estudio.

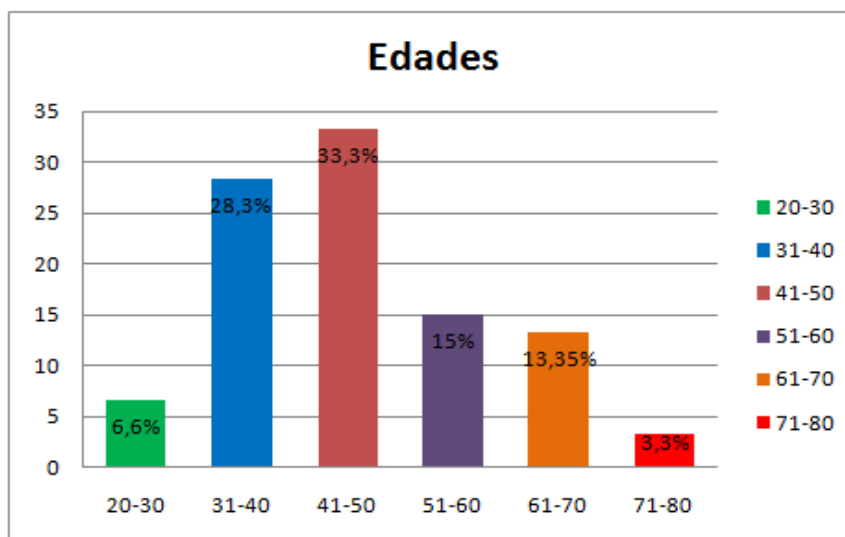
5.1.1 Datos generales de identificación – Edades de la población consultada

Cuadro Nº 9 Edades de la población consultada

Edades	frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
20-30	4	6,6	6,6
31-40	17	28,3	34,9
41-50	20	33,3	68,2
51-60	9	15	83,2
61-70	8	13,3	96,5
71-80	2	3,3	100
Total	60	100	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico Nº 11 Edad de la muestra consultada



Fuente: Elaboración propia

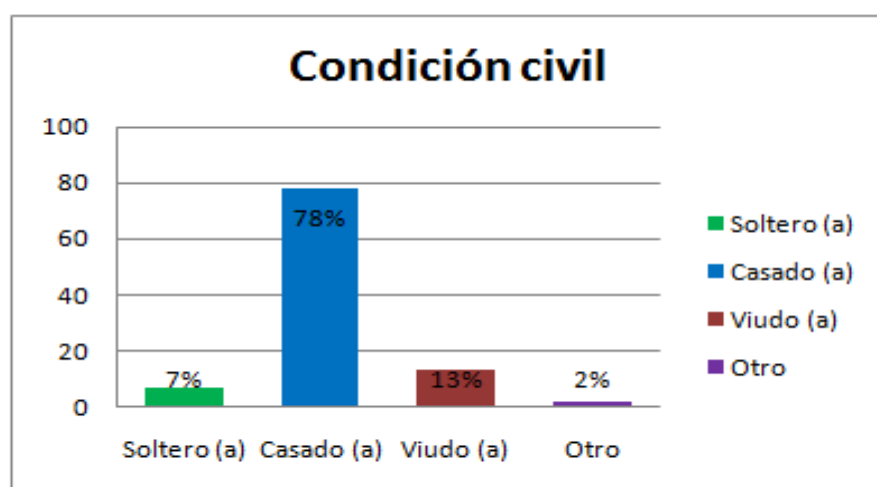
En el cuadro N° 9 se puede observar que la mayor parte de la población consultada se encuentran en el rango de edad de 41-50, que representan el 33.3% de los consultados. Seguidos por 28,3% que corresponden al rango de 31-40 años, en la tercera posición se encuentra el rango de 51-60 años que representan el 15%. Un 13.3% corresponde al rango de 61-70 años. Así mismo podemos observar solamente el 6.6% de los consultados oscila entre los rangos de 20-30 años y por último solamente el 3.3% corresponde al rango de 71-80 años.

5.1.2 Condición civil de la muestra consultada

Cuadro N° 10 Condición civil de la población consultada

Condición civil	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Soltero (a)	4	6,6	6,6
Casado (a)	47	78,3	84,9
Viudo (a)	8	13,3	98,2
Otro	1	1,6	100
Total	60	100	
Fuente: Elaboración Propia			

Gráfico N° 12 Condición civil de la muestra consultada



Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 10 se muestran los datos sobre la condición civil de los consultados entre los datos más importantes están los siguientes:

El 78,3% refiere que son casados (a) y son padres de familia. El 13,3% de los consultados indica que son viudos (as). En tercer lugar se encuentran los que refieren que son solteros éstos representan el 6.6%, y por último el 1.6% indica que tienen otra condición civil el concubinato.

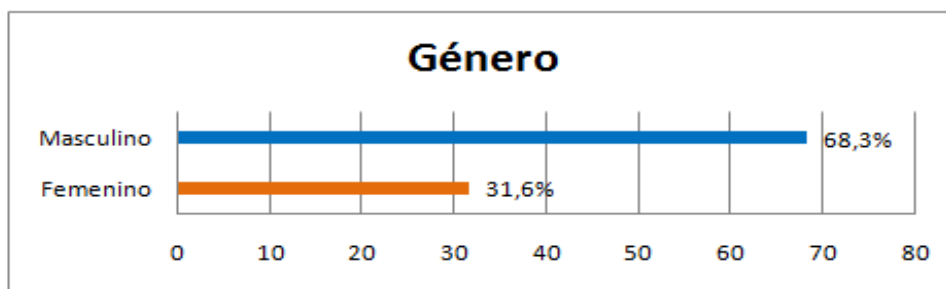
5.1.3 Género de la población consultada

Cuadro N° 11 Género de la muestra consultada

Género	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Femenino	19	31,6	31,6
Masculino	41	68,3	100
Total	60	100	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 13 Género de la muestra consultada



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 11 muestra que la mayor parte de los encuestados son de género masculino los mismos representan el 68,3% siendo estos la mayoría, solamente el 31,6% son de género femenino, sin embargo se debe señalar que la mayor parte de la población no son de sexo masculino, sino que generalmente son los hombres los que movilizan mayormente por la región pues las mujeres se encuentran en casa realizando otras labores menores.

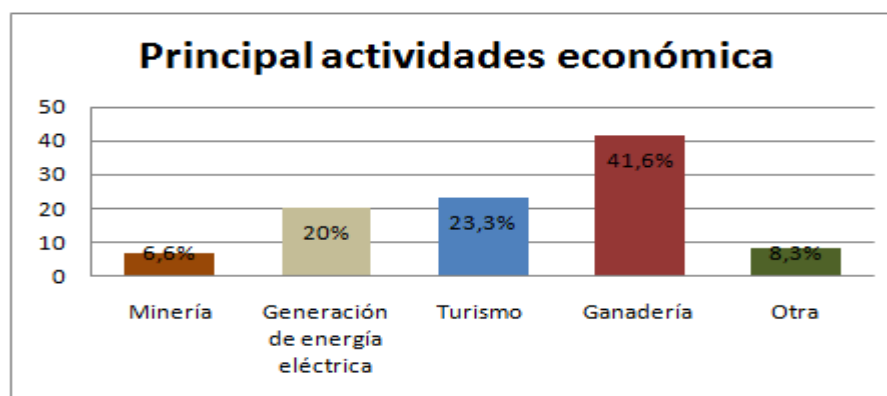
5.1.4 Identificación de las principales actividades económicas - ¿Cuál de estas actividades es su principal actividad económica?

Cuadro N° 12 Principal actividad económica

Principal actividad económica	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Minería	4	6,6	6,6
Generación de energía eléctrica	12	20	26,6
Turismo	14	23,3	49,9
Ganadería	25	41,6	91,5
Otra	5	8,3	100
Total	60	100	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 14 Principal actividad económica



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 12 nos muestra las principales actividades económicas a las que se dedican los habitantes de la población de Llaullini, en primer lugar se encuentra la Ganadería con el 41,6% como actividad principal de los habitantes de la comunidad. Seguida por el turismo con el 23,3% pues algunos pobladores de dedican a la prestación de servicios turísticos en el destino. En tercer lugar se encuentra la generación de energía eléctrica con el 20%. En cuarta posición se encuentra otras actividades con el 8,3%. Y por último se encuentra la minería con el 6.6%.

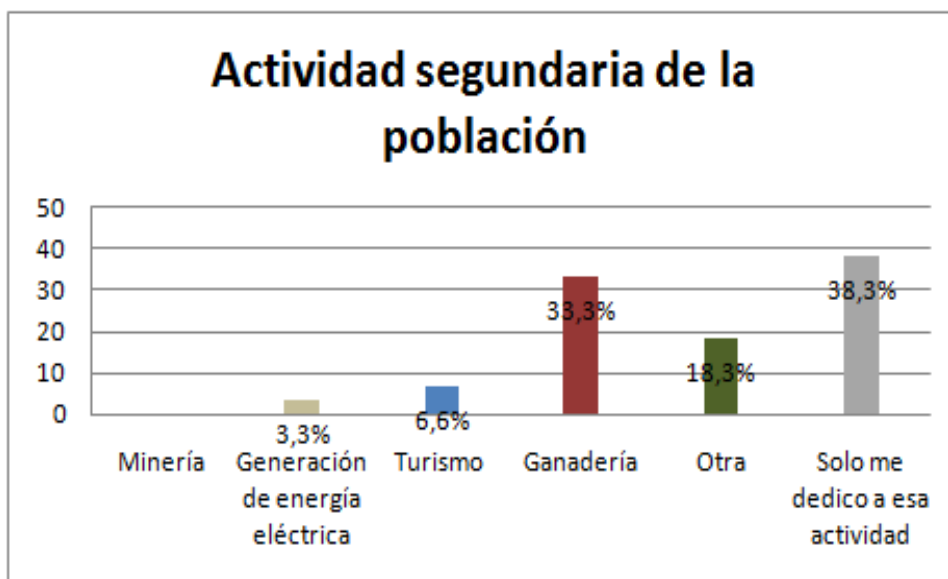
5.1.5 A qué otra actividad económicas se dedica a parte de la mencionada anteriormente?

Cuadro Nº 13 Actividad económica secundaria de población

Actividad secundaria de la población	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Minería	0		
Generación de energía eléctrica	2	3,3	3,3
Turismo	4	6,6	9,9
Ganadería	20	33,3	43,2
Otra	11	18,3	61,5
Solo me dedico a esa actividad	23	38,3	100
Total	60	100	

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico Nº 15 Actividad económica secundaria de población



Fuente: Elaboración propia

El cuadro Nº 13 revela datos importantes de la segunda pregunta del cuestionario, que estaba direccionada a reflejar la verdadera importancia de la actividad turística del Andinismo en el destino, sorprende que el 38,3% de los consultados refieran

que solamente se dedican a la actividad económica mencionada en la primera pregunta. Seguida por aquellas personas que aparte de su actividad principal se dedican a la ganadería, el 33,3% lo indica así. La tercera posición la ocupa la opción otra con el 18,3%.

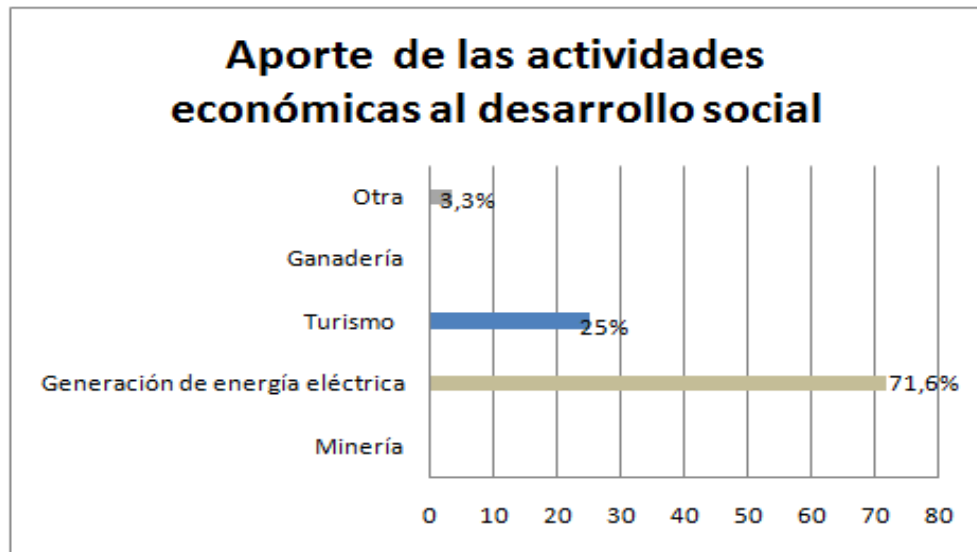
El Turismo ocupa la cuarta posición con el 6,6%, esto nos revela que el turismo tampoco es considerado como segunda alternativa económica importante por la mayoría de la población, pues señalan que la actividad turística del Andinismo es más una actividad económica familiar de algunas familias que trabajan en este rubro.

5.1.6 En el ámbito del desarrollo social ¿cuál de estas actividades aportó mayores beneficios para su comunidad?

Cuadro N° 14 Aporte de las actividades al desarrollo social de la comunidad

Aporte al desarrollo social	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Minería			
Generación de energía eléctrica	43	71,6	71,6
Turismo	15	25	96,6
Ganadería			
Otra	2	3,3	100
Total	60	100	
Fuente: Elaboración Propia			

Gráfico N° 16 Aporte de las actividades al desarrollo social de la comunidad



Fuente: Elaboración propia

Los datos del cuadro N° 14 muestra claramente que la generación de energía eléctrica por parte de la empresa privada de COBBE hizo el mayor aporte para el desarrollo social de la comunidad de Llaullini, el 71,6% de los consultados lo señala así. En segunda posición se encuentran aquellas personas que mencionan que el turismo coadyuvó al desarrollo de su comunidad, esto lo afirma el 25% de los consultados, y por último, el 3,3% indica que otras actividades son las que mayores beneficios trajeron para la comunidad de Llaullini.

La pregunta número cuatro permitirá contrastar el dato anterior, ya que está enfocada a establecer la importancia de la actividad del Andinismo para la comunidad.

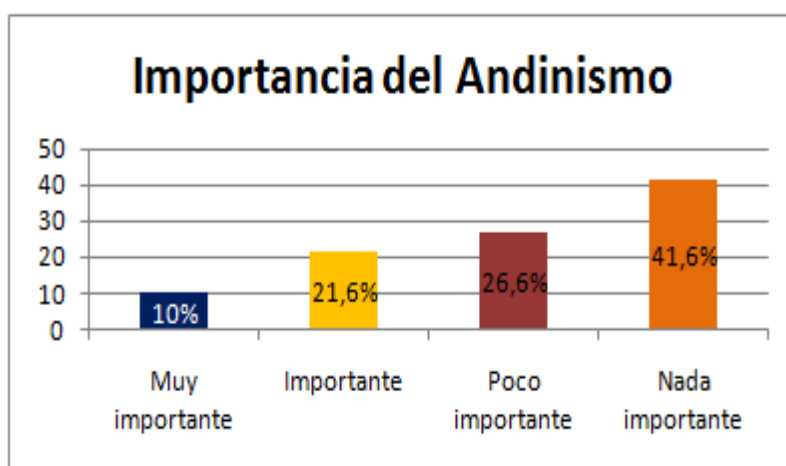
5.1.7 Importancia de la actividad turística en el destino - ¿Considera que el Andinismo es una actividad económica importante para su comunidad?

Cuadro N° 15 Importancia de la actividad turística del Andinismo

Importancia del Andinismo	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Muy importante	6	10	10
Importante	13	21,6	31,6
Poco importante	16	26,6	58,2
Nada importante	25	41,6	100
Total	60	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 17 Importancia de la actividad turística del Andinismo



Fuente: Elaboración propia

Los datos reflejados por el cuadro N° 15 muestran la percepción de los habitantes de la región con respecto a la importancia de la actividad turística del Andinismo, el 41,6% indica que no es nada importante, siendo estos la mayoría de los consultados. En segundo lugar se encuentran los que consideran que la actividad del Andinismo es poco importante, el 26,6% lo señala así. El 21,6% indica que la actividad es importante. Y por último el 10% refiere que la actividad del Andinismo es muy importante, ese último dato en su mayoría proporcionado por aquellas persona que trabajan en el rubro todo el año.

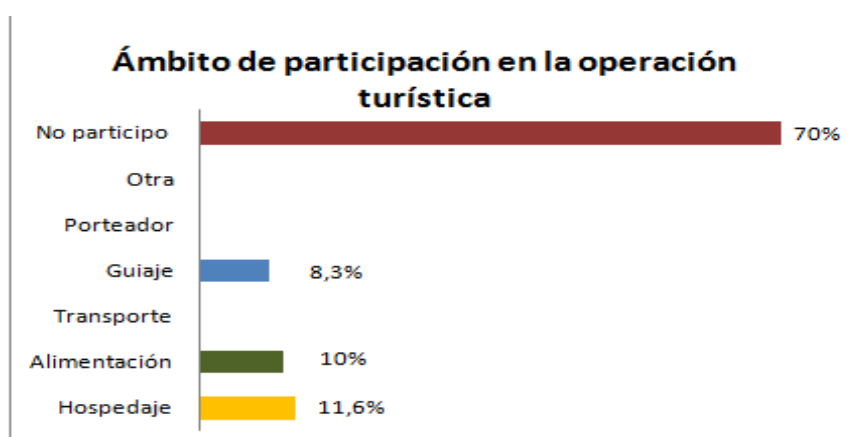
5.1.8 Podría mencionar en ¿qué ámbito de la operación turística participa?

Cuadro N° 16 Participación en la operación turística del Andinismo

Ámbito de Participación	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Hospedaje	7	11,6	11,6
Alimentación	6	10	21,6
Transporte			
Guiaje	5	8,3	29,9
Porteador			
Otra			
No participo	42	70	100
Total	60	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 18 Participación en la operación turística del Andinismo



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 16 muestra los ámbitos de la operación turística en las que participan los habitantes de la comunidad de Llaullini, el 11,6% señala que se dedica a la prestación de servicios de hospedaje en el destino. Seguidos por aquellos habitantes que trabajan prestando servicios de alimentación con el 10%. En tercer lugar se encuentran aquellas personas que se dedican a ofrecer sus servicios como guías de montaña sean estos (locales y en formación) los mismos que alcanzan un 8,3%. Por último el 70% refieren que no participa de la operación turística, el dato más sobresaliente.

5.1.9 ¿Cuántas horas al día trabaja en la prestación de servicios turísticos?

Cuadro N° 17 Horas que trabaja en la prestación de servicios turísticos

Horas que trabaja en turismo	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
8 horas	4	20	20
12 horas	13	65	85
Más de 13 horas	3	15	100
Total	20	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 19 Horas que trabaja en la prestación de servicios turísticos



Fuente: Elaboración propia

Los datos del cuadro N° 17 muestran las horas que la población que participa en la prestación de servicios turísticos le dedica al rubro, el 65% indica que trabaja en turismo aproximadamente 12 horas. En segundo lugar se encuentran los que señalan que dedican 8 horas al rubro con el 20%. Por último el 15% indica que trabaja en esto más de 13 horas diarias.

Los datos presentados en este y los siguientes cuadros solamente fueron elaborados con la información brindada por aquellas personas que trabajan en turismo prestando algún tipo de servicio, y no se tomó en cuenta a personas que no prestan servicios turísticos como lo indica el cuestionario.

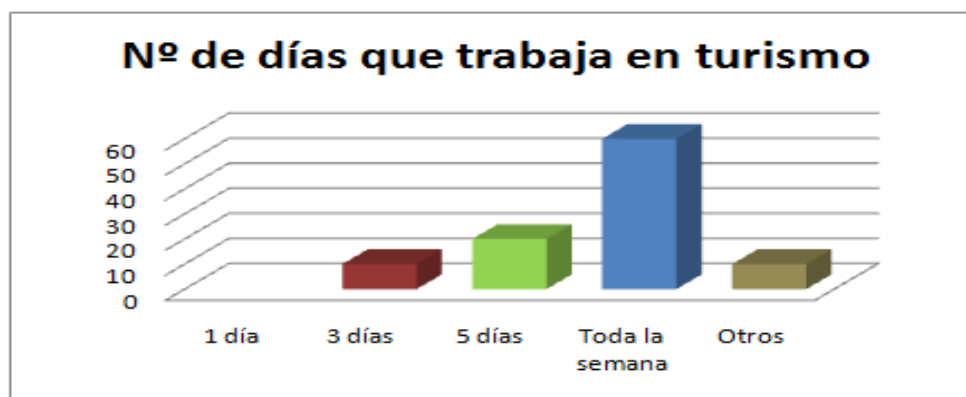
5.1.10 ¿Cuántos días a la semana trabaja en este rubro?

Cuadro N° 18 Días que trabaja en la prestación de servicios turísticos

N° de días que trabaja en turismo	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
1 día			
3 días	2	10	10
5 días	4	20	30
Toda la semana	12	60	90
Otros	2	10	100
Total	20	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 20 N° de días que trabaja en la prestación de servicios turísticos



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 18 está orientado a establecer la cantidad de días que se trabaja en turismo, el 60% de los consultados señala que se dedican a esta actividad toda la semana siendo este el dato más importante. El 20% refiere que se dedica a la prestación de servicios solamente 5 días. Por último están aquellos que indica que se dedican a la prestación de servicios entre 2 a 3 días ambos datos con el 10% respectivamente.

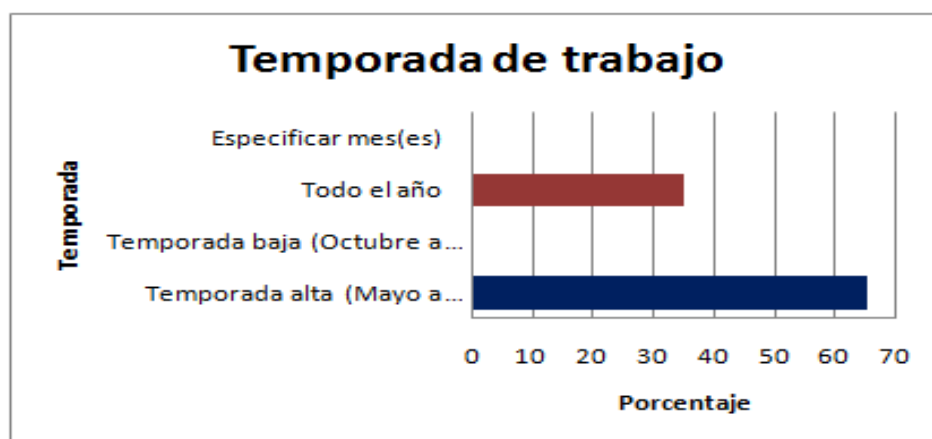
5.1.11 ¿En qué temporada trabaja?

Cuadro N° 19 Temporada de trabajo

Temporada de trabajo	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Temporada alta (Mayo a Septiembre)	13	65	65
Temporada baja (Octubre a Abril)			
Todo el año	7	35	100
Especificar mes(es)			
Total	20	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 21 Temporada de trabajo



Fuente: Elaboración propia

Los datos de cuadro N° 19 señalan que el 65% de los consultados trabajan en temporada alta (Mayo a Septiembre) prestando los servicios mencionados anteriormente. En segundo lugar se encuentran aquellos que señalan que trabajan prestando servicios turísticos todo el año, el 35% lo indica así.

Se debe señalar que en el pasado se consideraba al turismo de montaña como estacional sin embargo la mayoría de los prestadores de servicios indica que en la actualidad esto ha cambiado pues existe afluencia turística todo el año.

5.1.12 ¿Cuánto gana al mes por trabajar en este rubro?

Cuadro N° 20 Ingresos de los prestadores de servicios turísticos en Llaullini

Ámbitos	Ingreso Bs	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Cocineras, guías locales y en formación	1000-1500	11	55	55
Administradores d refugio	1501-2000	5	25	80
Guías UIAGM	2001-2500	3	15	95
Otros	más de 2500			
Trabajo comunitario		1	6,6	100
Total		20	100	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 20.1 Ingresos de las personas que viven en Llaullini y no están involucrados en la prestación de servicios turísticos

Ámbitos	Ingreso Bs	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Otra actividad	- de 1000	3	7,5	7,5
Ganadería y Agricultura	1000-1500	23	57,5	65
Empleado eventual COBEE	1501-2000	12	30	95
Empleados técnicos COBEE	2001-2500	2	5	100
Total		40	100	

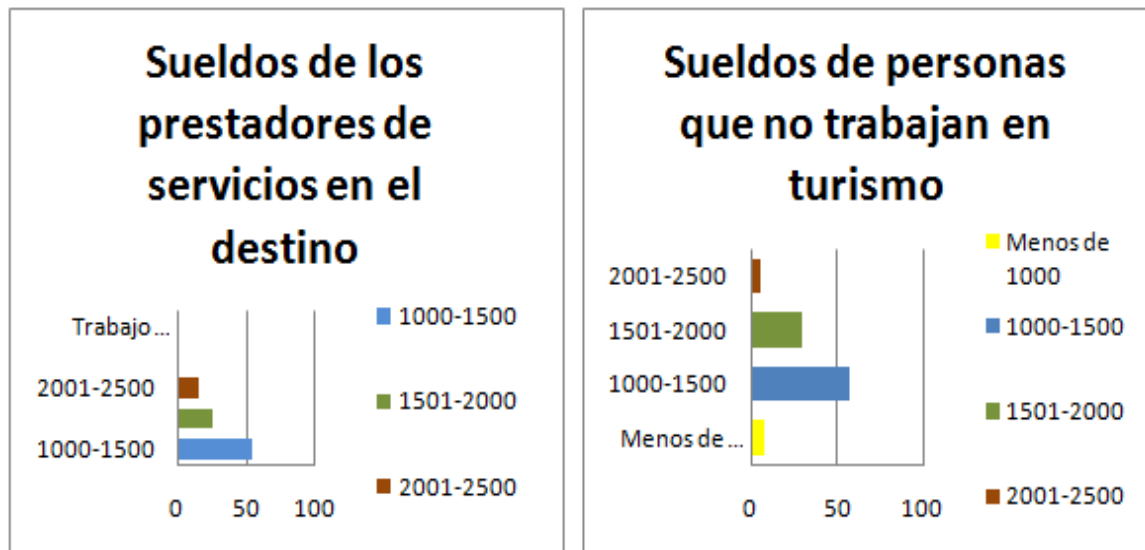
Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 20 muestra que el 55% de los consultados señala que su sueldo oscila entre los 1.000 a 1.500 bolivianos mensuales, este dato fue proporcionado por cocineras, guías locales y guías en formación pues son los que menor salario perciben. El 25% tiene un sueldo entre los 1.501 a 2.000 bolivianos, pues se dedican a la administración de los refugios y otros que trabajan en el mismo rubro. Por último el 15% refiere que el sueldo que percibe se encuentra entre 2001 a 2500, siendo en su mayoría guías de montaña UIAGM.

Un dato curioso indica que el 6.6% realiza un trabajo comunitario que no percibe sueldo, el mismo que consiste en realizar el registro y cobro a los turistas que practican Andinismo en el nevado Huayna Potosí, este trabajo va rotando entre los miembros de la comunidad.

Por otra parte el cuadro N° 20.1 refleja otros resultados obtenidos con el cuestionario de aquellas personas que no están involucradas en la prestación de servicios turísticos, los cuales señalan lo siguiente, el 57,5% indica que su sueldo oscila entre los 1.000 a 1.500 bolivianos mensuales, la mayoría son personas que se dedican a la ganadería de camélidos y la agricultura a pequeña escala. En segunda posición se encuentran los que señalan que su sueldo se encuentra entre los 1.501 a 2.000 Bs, mismos que son trabajadores eventuales de la empresa COBEE. Solamente el 5% indica que su sueldo alcanza los 2.500 bolivianos esto por su formación técnica. Por último un 7,3% refiere que percibe un sueldo menor a 1.000 bolivianos mensuales.

Gráfico N° 22 Comparación de Ingresos entre prestadores de servicios y personas que no participan en turismo



Fuente: Elaboración propia

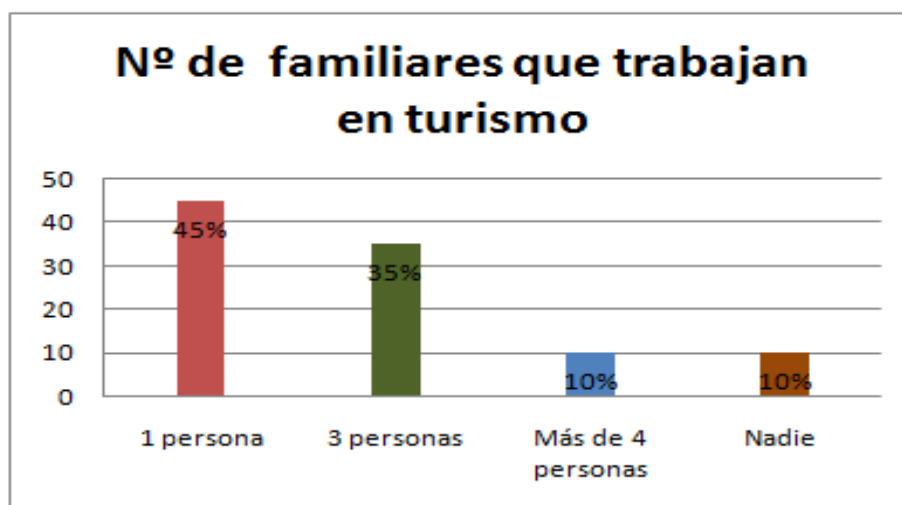
5.1.13 ¿Cuántos de sus familiares trabajan en turismo?

Cuadro N° 21 Número de familiares que trabajan en turismo

Nº de familiares que trabajan en turismo	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
1 persona	9	45	45
3 personas	7	35	80
Más de 4 personas	2	10	90
Nadie	2	10	100
Total	20	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 23 N° de familiares que trabajan en turismo



Fuente: Elaboración propia

El Cuadro N° 21 muestra que el 45% de los consultados refiere que tiene 1 persona de su familia trabajando en la prestación de servicios turísticos. En segundo lugar se encuentran los que afirman que 3 personas de su familia tienen como actividad económica el turismo. El 10% señala que más de 4 personas familiares se dedican al rubro turístico. Y por último el 10% de los consultados refiere que nadie de su familia trabaja en turismo.

5.1.14 Indique ¿qué empleos genera la actividad turística en el destino?

Cuadro N° 22 Empleos generados por la actividad turística

Empleos generados por el turismo	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Guía especializado	19	95	95
Cocinero			
Transportista			
Recepcionista			
Porteador	1	5	100
Administrador			
Arriero			
Otros			
Total	20	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 24 Principales empleos generados por el turismo



Fuente: Elaboración propia

Los datos del cuadro N° 22 señalan que el 95% de los que trabaja en la prestación de servicios indican que los principales empleos generados por la actividad turística del Andinismo son los guías especializados. El restante 5% señala el servicio de porteador como segundo empleo generado por el turismo.

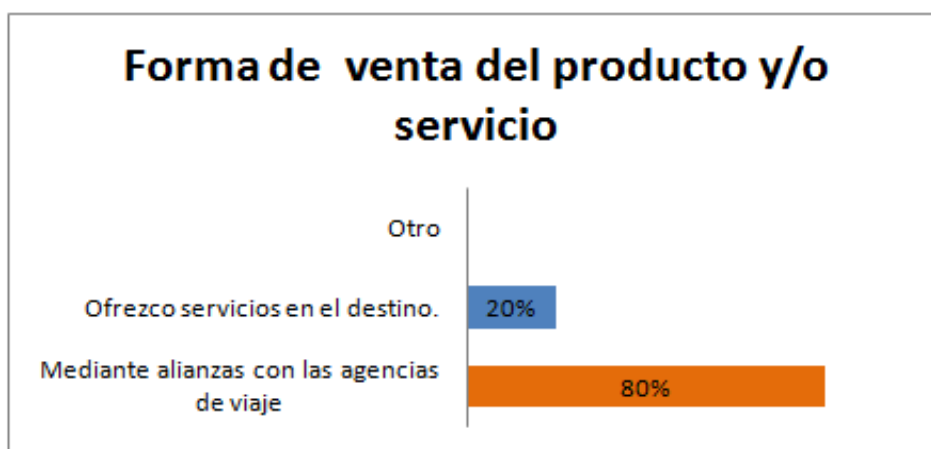
5.1.15 ÁMBITO DE COMERCIALIZACIÓN - ¿Cómo enlaza su servicio al producto final? (cómo vende su producto o servicio).

Cuadro N° 23 Forma de enlace del producto y/o servicio al producto final

Forma de venta del producto y/o servicio	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Mediante alianzas con las agencias de viaje	16	80	80
Ofrezco servicios en el destino.	4	20	100
Otro			
Total	20	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 25 Forma de enlace del producto y/o servicio al producto final



Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 23 señala que el 80% de los que trabajan en la prestación de servicios turísticos, enlazan su servicio y/o producto a través de alianzas con agencias de viajes en la ciudad de La Paz. El restante 20% indica que ofrece sus servicios en el destino, una vez arribado el turista esto en el caso de los refugios nuevo, pues los refugios que tienen antigüedad tienen alianzas con agencias de viajes que operan en el destino.

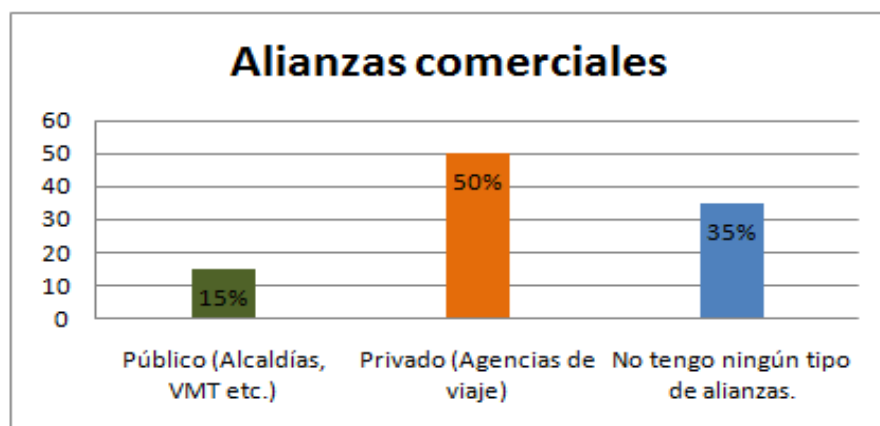
5.1.16 Tiene alianzas comerciales con el sector público y privado

Cuadro N° 24 Alianzas con el sector público y privado

Tiene alianzas comerciales con el sector público -privado	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Público (Alcaldías, VMT etc.)	3	15	15
Privado (Agencias de viaje)	10	50	65
No tengo ningún tipo de alianzas.	7	35	100
Total	20	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 26 Alianzas con el sector público y privado



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las alianzas comerciales que se tienen con el sector público y privado, el cuadro N° 24 indica que el 50% tiene alianzas con agencias de viaje de la ciudad de La Paz, mismas que operan en el Destino Cordillera. El 15% tiene alianzas con el sector público entre las más mencionadas, la Alcaldía paceña y la Subalcaldía del Macrodistrito 9 Zongo. El restante 35% refiere que no tiene alianzas de ningún tipo ni con el sector privado y público.

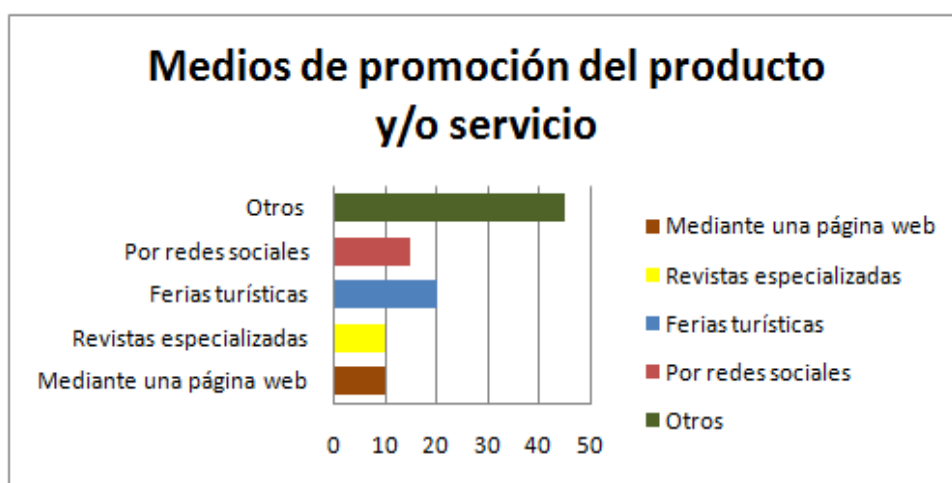
5.1.17 Indique ¿cómo promociona su producto y/o servicio en el mercado?

Cuadro N° 25 Medios de promoción del producto y/o servicio

Promoción del producto y/o servicio	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Mediante una página web	2	10	10
Revistas especializadas	2	10	20
Ferias turísticas	4	20	40
Por redes sociales	3	15	55
Otros	9	45	100
Total	20	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 27 Medios de promoción del producto y/o servicio



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 25 muestra que el 45% de los que trabaja en el rubro turístico elige otro modo de promocionar su servicio, que en la mayoría de los casos es a través de las agencias operadoras de la ciudad de La Paz, pues ellas se encargan de promocionar y enlazar los servicios al paquete turístico final. El 20% lo realiza a través de ferias turísticas. Un 15% lo realiza por las redes sociales. Y por último el

10% lo realiza mediante revistas especializadas y páginas web aprovechando el mundo del internet.

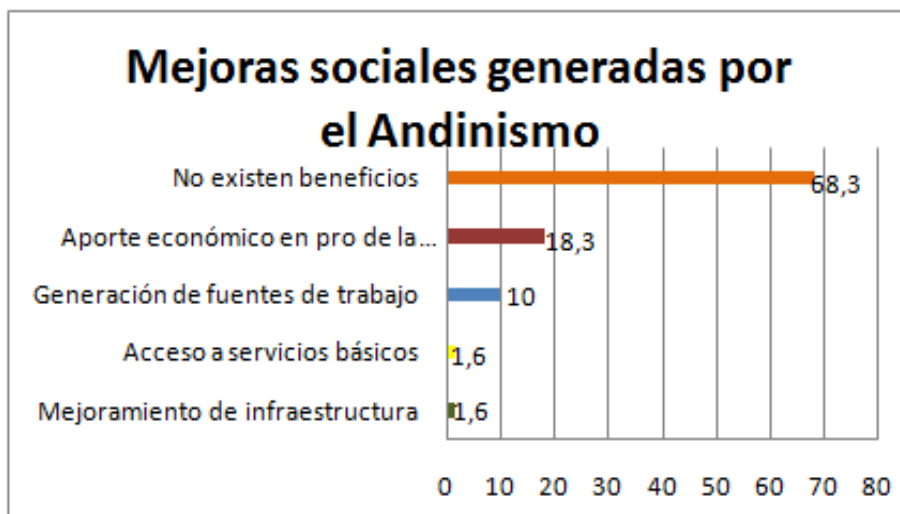
5.1.18 **Ámbito social – nivel social - ¿Qué mejoras sociales percibe en su comunidad, gracias a la presencia de la actividad turística del Andinismo?**

Cuadro N° 26 Mejoras sociales generadas por el Andinismo

Mejoras sociales generadas por el Andinismo	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Mejoramiento de infraestructura	1	1,6	1,6
Acceso a servicios básicos	1	1,6	3,2
Generación de fuentes de trabajo	6	10	13,2
Aporte económico en pro de la comunidad.	11	18,3	31,5
Otros (no existen mejoras)	41	68,3	100
Total	60	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 28 Mejoras sociales generadas por el Andinismo



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 26 devela que el 68,3% de los consultados indica que no existen beneficios importantes para la comunidad. Por otro lado el 18,3% señala que se

realizan aportes económicos en pro de la comunidad. El 10% indica que el mayor aporte que realizó el Andinismo, son la generación de fuentes de trabajo. El 1,6% menciona que se mejoró el acceso a los servicios básicos. Y por último el 1,6% indica el mejoramiento de la infraestructura del destino.

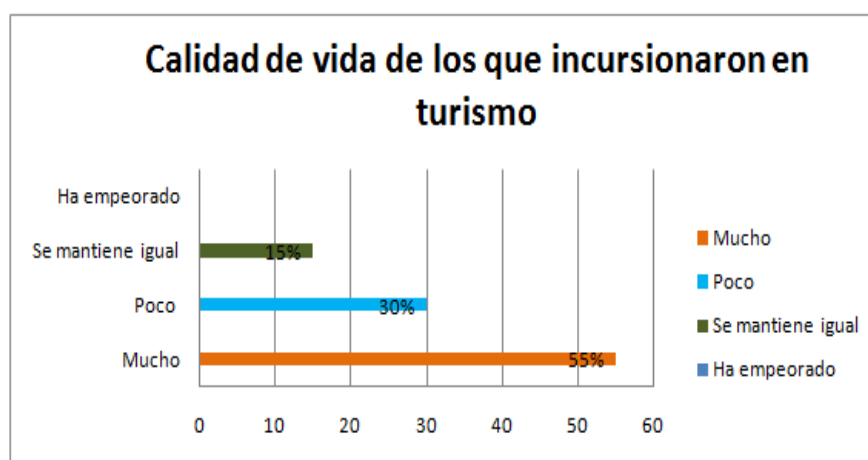
5.1.19 ¿Ha mejorado su calidad de vida desde que incursionó en la actividad turística del Andinismo?

Cuadro N° 27 Calidad de vida de las personas que incursionaron en el Andinismo

Mejoras en la calidad de vida	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Mucho	11	55	55
Poco	6	30	85
Se mantiene igual	3	15	100
Ha empeorado			
Total	20	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 29 Calidad de vida de las personas que incursionaron en el Andinismo



Fuente: Elaboración Propia

Los datos obtenidos en el cuadro N° 27 reflejan la percepción de algunos miembros de la comunidad de Llaullini respecto a su calidad de vida, pues incursionaron en

la actividad turística de la Andinismo. El 55% indica que mejoró mucho su calidad de vida. El 30% relata que mejoró un poco. Un 15% de los consultados indica que su calidad de vida se mantiene igual porque hace poco incursionaron en la prestación de servicios turísticos en el Huayna Potosí. Estos datos solamente de las personas que incursionaron en la actividad turística.

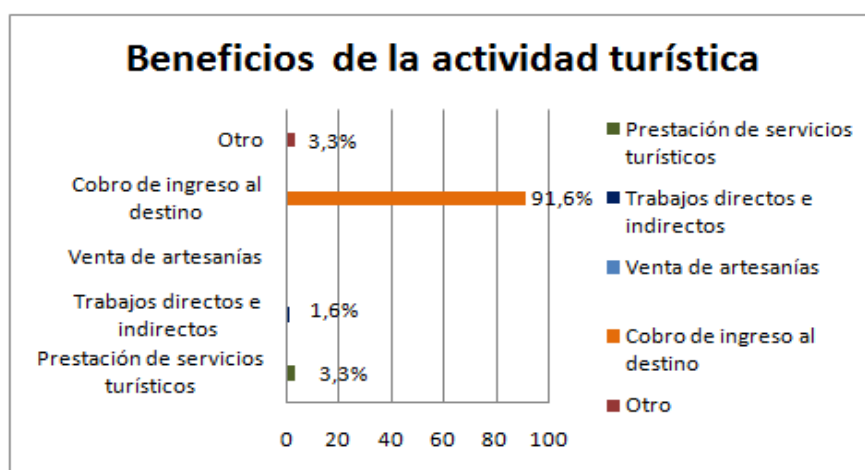
5.1.20 ¿De qué manera se beneficia la comunidad de la actividad turística?

Cuadro N° 28 Beneficios que obtiene la comunidad de la actividad turística

Beneficios de la actividad turística	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Prestación de servicios turísticos	2	3,3	3,3
Trabajos directos e indirectos	1	1,6	4,9
Venta de artesanías			
Cobro de ingreso al destino	55	91,6	96,5
Otro (accesibilidad)	2	3,3	100
Total	60	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 30 Beneficios que obtiene la comunidad de la actividad turística



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 28 muestra que el mayor beneficio percibido por los miembros de la comunidad de Llaullini es el cobro de ingreso que se hace en el destino, el 91,6% de los consultados indica esto. La segunda posición la comparten aquellos que dicen que la prestación de servicios con 3,3% y la opción otros (accesibilidad) con el 3,3% son los beneficios más palpables. Por último se encuentran aquellas personas que indican que la actividad turística beneficia a la comunidad con la generación de trabajos directos e indirectos, el 1,6% sostienen esto.

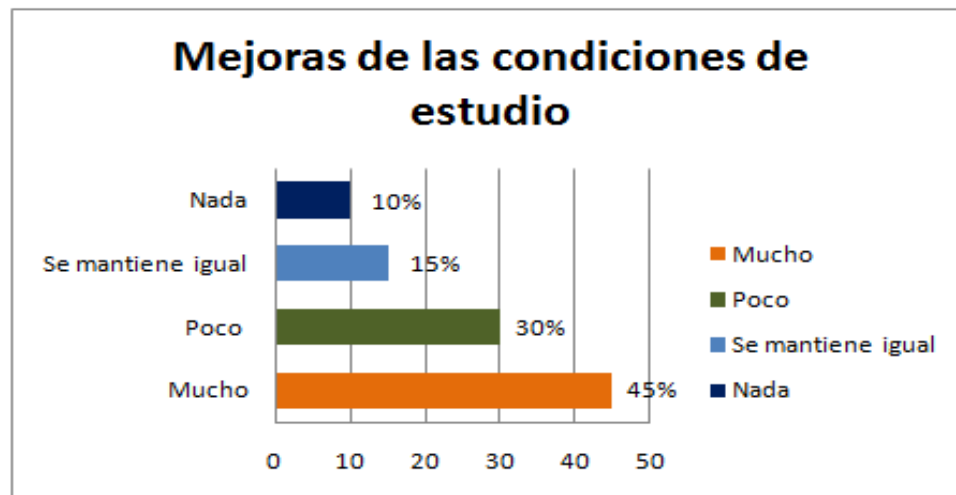
5.1.21 Con la incursión en el turismo pudo mejorar las condiciones de estudio de sus hijos (a)

Cuadro N° 29 Mejora de las condiciones de estudio

Mejora de las condiciones de estudio	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Mucho	9	45	45
Poco	6	30	75
Se mantiene igual	3	15	90
Nada	2	10	100
Total	20	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 31 Mejora de las condiciones de estudio



Fuente: Elaboración propia

El Cuadro N° 29 indica que del total de las personas que incursionaron en turismo, el 45% señala que las condiciones de estudio de sus hijos (as) mejoraron mucho. El 30% indica que hubo pocas mejoras. El 15% señala que se mantiene igual que antes, pues su incursión es reciente. Por último el 10% indica que las condiciones de estudio de sus hijos no mejoraron en nada.

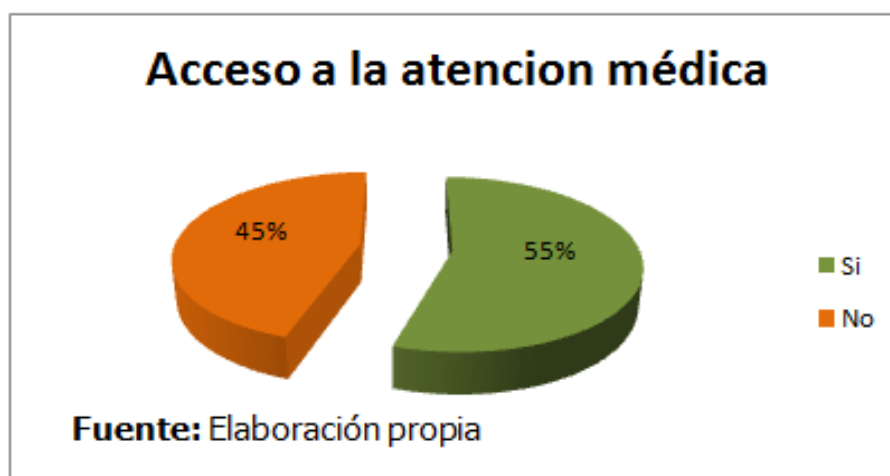
5.1.22 ¿Con la incursión en la actividad turística posee más recursos para acceder a mejor atención médica?

Cuadro N° 30 Mejoras de recursos económicos para el acceso a la atención médica

Acceso a la atención médica	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Si	11	55	55
No	9	45	100
Total	20	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 32 Mejoras de recursos económicos para el acceso a la atención médica



El cuadro N° 30 muestra resultados obtenidos de las personas que incursionaron en la actividad turística del Andinismo, y se preguntó si esta incursión le permitió tener

mayores recursos económicos para acceder a mejores servicios en salud. El 55% de los consultados refiere que en la actualidad si tiene mayores recursos para acceder a mejores centros médicos. Por otra parte, el 45% indica que no ya que su actividad o emprendimiento está en un proceso de posicionamiento en el mercado, pues son iniciativas y emprendimiento nuevos y los resultados esperados aún no se sienten.

5.1.23 ¿Cómo valora su estatus social en la actualidad a comparación con los anteriores años?

Cuadro N° 31 Valoración del estatus social

Valoración del estatus social	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Alto			
Medio	18	90	90
Bajo	2	10	100
Total	20	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 33 Valoración del estatus social



En cuanto a la valoración del estatus social de las personas que incursionaron en la actividad turística del Andinismo, el Cuadro N° 31 señala que el 90% de los consultados indica tener un estatus social medio, siendo este el dato más notorio en el gráfico n° 47. Por otro lado el 10% restante indica que tiene un estatus social bajo, pues su incursión en el turismo es nueva y se hace de manera paulatina para consolidarse en el mercado.

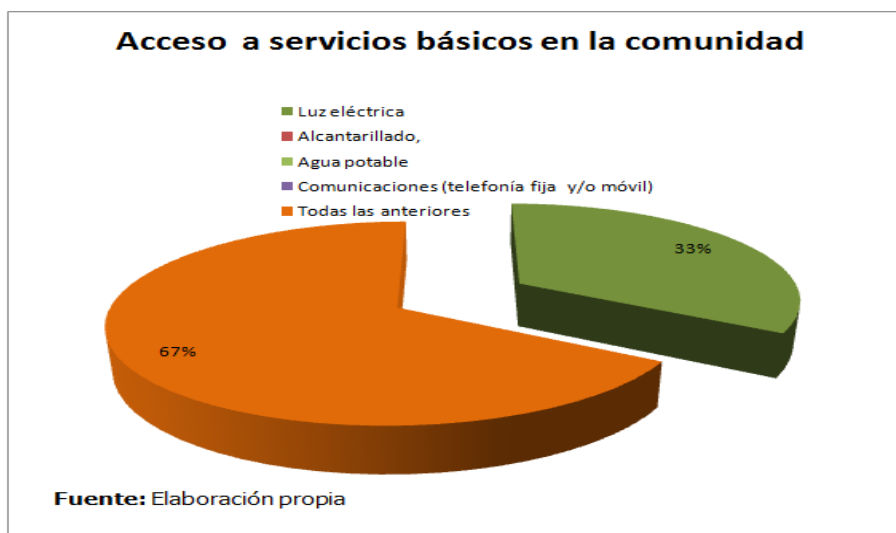
5.1.24 NIVEL SERVICIOS BÁSICOS - Indique a ¿cuáles de estos servicios básicos tiene acceso?

Cuadro N° 32 Accesibilidad a los servicios básicos en el destino

Acceso a los servicios básicos	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Luz eléctrica	20	33,3	33,6
Alcantarillado, Agua potable			
Comunicaciones (telefonía fija y/o móvil)			
Todas las anteriores	40	66,6	100
Total	60	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 34 Accesibilidad a los servicios básicos en el destino



En el tema de acceso a los servicios básicos en el destino y en la comunidad, el cuadro Nº 32 muestra que el 66,6% de los consultados tiene acceso a estos, es decir cuentan con luz eléctrica, agua aprovechada de los riachuelos existentes en la zona, alcantarillado (cámaras sépticas) y telefonía móvil, siendo este dato el más importante. En segundo lugar se encuentran aquellas personas que indican que solamente tienen acceso a la red de energía eléctrica, el 33,3% indica esto. Sin embargo este mismo porcentaje señala que aprovechan los riachuelos para tener acceso al agua y construyeron letrinas a manera de subsanar la carencia de estos servicios. Este último dato obtenido por inmediaciones del campo base donde están instalados la mayoría de los refugios de montaña.

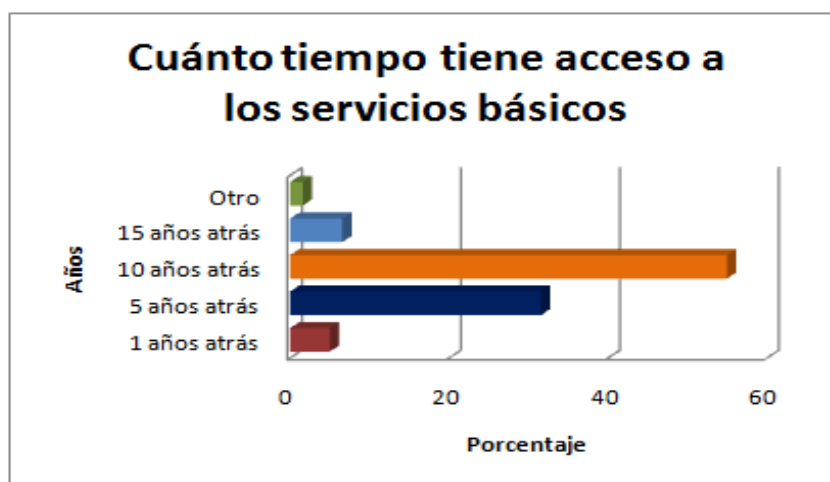
5.1.25 ¿Hace cuanto tiempo tiene acceso a los mismos?

Cuadro Nº 33 Cuánto tiempo tiene acceso a los servicios básicos

Cuánto tiempo tiene acceso a los servicios básicos	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
1 años atrás	3	5	5
5 años atrás	19	31,6	36,6
10 años atrás	33	55	91,6
15 años atrás	4	6,6	98,2
Otro	1	1,6	100
Total	60	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico Nº 35 Accesibilidad a los servicios básicos en el destino



Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 33 se puede observar que el 55% de los consultados tiene acceso a estos servicios hace 10 años atrás. El 31,6% indica que desde hace 5 años atrás. El 6,6% refiere que tuvo acceso a los mismos desde hace 15 años atrás. El 5% indica accedió los mismos hace un años atrás y por último el 1,6% refiere la opción otros (2 años).

Estos datos muestran que el acceso de los servicios básicos fue de forma paulatina realizada en distintas fases que se muestran en los datos obtenidos.

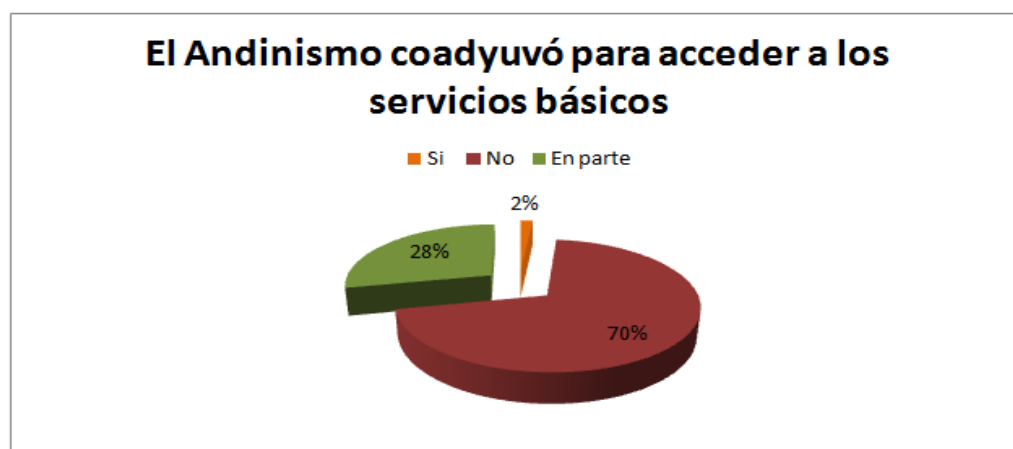
5.1.26 Considera que el turismo coadyuvó para el acceso a los servicios básicos

Cuadro N° 34 El Andinismo coadyuvó para el acceso de los mismos

El Andinismo coadyuvó para acceder a los mismos	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Si	1	1,6	1,6
No	42	70	71,6
En parte	17	28,3	100
Total	60	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 36 El Andinismo coadyuvó para el acceso de los mismos



Fuente: Elaboración Propia

El cuadro N° 34 muestra la opinión de los habitantes de la comunidad con respecto a la contribución del Andinismo para el acceso a los servicios básicos. El 70%

señala que el Andinismo no coadyuvó al acceso de los mismos, siendo el dato más sobresaliente. El 28,3% indica que la actividad turística coadyuvó en parte para el acceso de los mismos. Por último el 1,6% indica que el Andinismo si coadyuvó para el acceso de estos servicios pues son necesarios para la prestación de servicios turísticos.

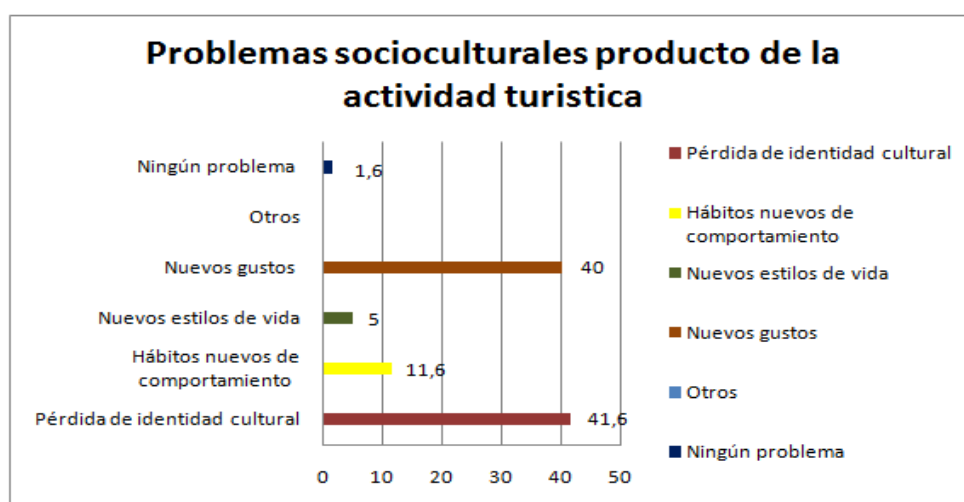
5.1.27 Nivel cultural - ¿Qué problemas culturales produjo la actividad turística para los habitantes de su comunidad, en especial en la población joven?

Cuadro Nº 35 Identificación de los problemas sociales generados por el Andinismo

Identificación problemas sociales	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Pérdida de identidad cultural	25	41,6	41,6
Hábitos nuevos de comportamiento	7	11,6	53,2
Nuevos estilos de vida	3	5	58,2
Nuevos gustos	24	40	98,2
Otros			
Ningún problema	1	1,6	100
Total	60	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico Nº 37 Identificación de los problemas sociales generados por el Andinismo



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 35 indica que el problema cultural más latente es la pérdida de identidad cultural, el 41,6% indica esto. El 40% señala que son los nuevos gustos en (música, alimentos etc.). El 11,6% identifica hábitos nuevos de comportamiento. El 5% señala que se generó nuevos estilos de vida. Por último el 1,6% refiere que ningún problema cultural fue generado por el turismo. Todos estos problemas culturales identificados en la gente joven de la comunidad.

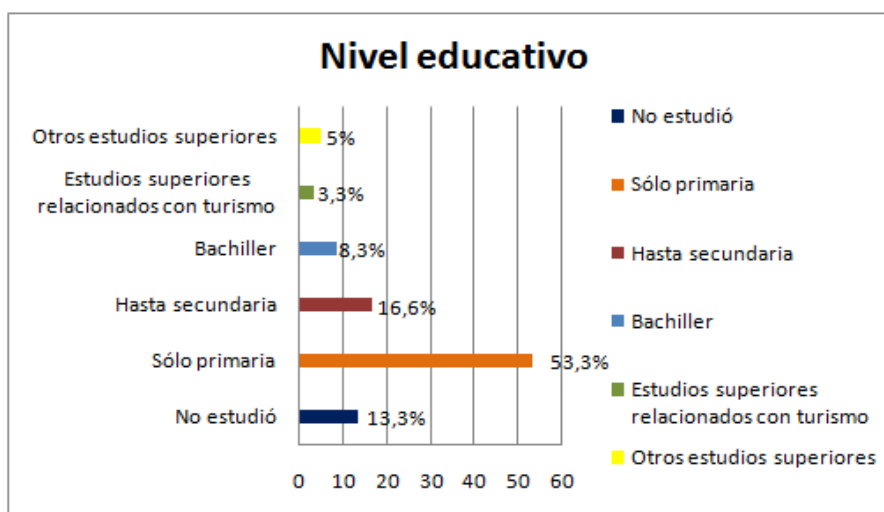
5.1.28 NIVEL EDUCATIVO - ¿Cuál es el nivel educativo que tiene?

Cuadro N° 36 Identificación del nivel educativo de la población local

Nivel educativo de la población local	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
No estudió	8	13,3	13,3
Sólo primaria	32	53,3	66,6
Hasta secundaria	10	16,6	83,2
Bachiller	5	8,3	91,5
Estudios superiores relacionados con turismo	2	3,3	94,8
Otros estudios superiores	3	5	100
Total	60	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 38 Identificación del nivel educativo de la población local



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 36 debela que el 53,3% de los consultados estudió solo hasta primaria. En segundo lugar se encuentran aquellas personas que estudiaron hasta secundaria que suman un 16,6%. El 13,3% no estudió por las condiciones dadas en el pasado y no saben leer ni escribir. El 8,3% indica que estudió hasta terminar el bachillerato. El 5% de los consultados tiene otros estudios relacionados con la agricultura y ganadería entre los más importantes. Por último solamente el 3,3% indica que realizó estudios superiores relacionados con turismo, que generalmente son personas jóvenes que siguen estudiando.

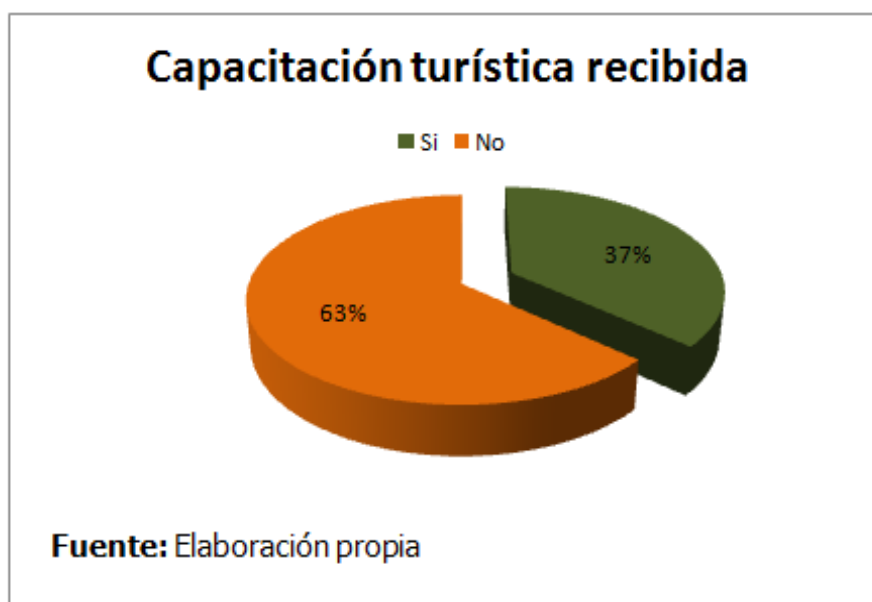
5.1.29 ¿Recibió cursos de capacitación para la prestación de servicios turísticos?

Cuadro N° 37 Capacitación turística recibida en la población

Capacitación turística recibida	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Si	22	36,6	36,6
No	38	63,3	100
Total	60	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 39 Capacitación turística recibida en la población



En el tema de capacitación turística los resultados del cuadro N° 37 muestran que el 63,3% de los consultados no recibieron capacitación turística para la prestación de servicios, siendo estos la mayoría. El 36,6% indica que si recibió capacitación para la prestación de servicios turístico en el destino, se debe señalar que justamente es este porcentaje se dedica actualmente a la prestación de servicios, pues su principal actividad económica es el turismo.

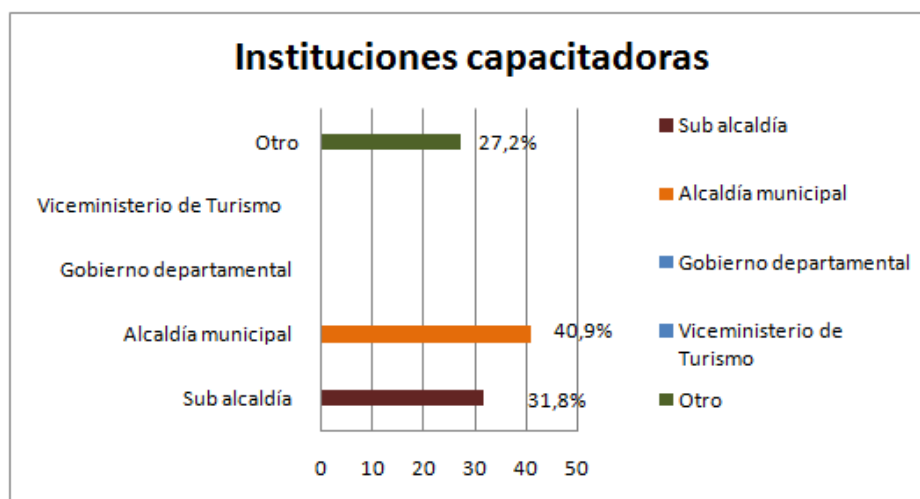
5.1.30 ¿Qué institución se encargó de realizar la misma?

Cuadro N° 38 Identificación de instituciones que realizaron la capacitación en el destino

Instituciones capacitadoras	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Sub alcaldía	7	31,8	31,8
Alcaldía municipal	9	40,9	72,7
Gobierno departamental			
Viceministerio de Turismo			
Otro	6	27,2	100
Total	22	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 40 Identificación de instituciones que realizaron la capacitación en el destino



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 38 señala que los que recibieron la capacitación, el 40,9 % de estos identifica a la Alcaldía municipal de La Paz que realizó la misma. El 31,8% señala que la capacitación fue realizada por la Sub alcaldía de Macrodistrito 9. El 27,2% de los consultados refiere que otra fue la institución capacitadora que en el caso es ENSA³⁴, pues son guías de montaña en formación.

Señalar que estos datos solamente son las que recibieron capacitación en la prestación de servicios turísticos.

5.1.31 ¿La capacitación realizada por esta institución le ha permitido acceder a nuevas oportunidades laborales.

Cuadro N° 39 Capacitación turística y nuevas oportunidades laborales

Capacitación y nuevas oportunidades laborales	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Si	8	36,3	36,3
No	14	63,6	100
Total	22	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 41 Capacitación turística y nuevas oportunidades laborales



³⁴ Institución francesa encargada de la formación de guías de montaña.

En cuanto a las nuevas oportunidades laborales que se tienen gracias a la capacitación realizada, el cuadro N° 39 indica que el 63,6% de los consultados señala que la capacitación no le permitió acceder a nuevas oportunidades laborales. Por el contrario el 36,3% indica que la capacitación le ha permitido acceder a nuevas oportunidades, pues ha diversificado su oferta y le ha permitido tener una noción más clara de la actividad turística y los beneficios que puede obtener si realiza su trabajo con calidad.

5.1.32 Tomó algún curso para aprender un idioma extranjero?

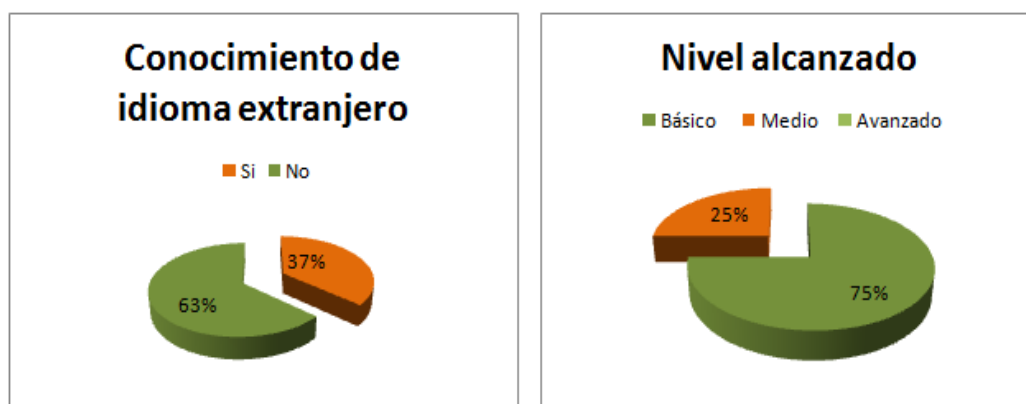
Cuadro N° 40 Conocimiento de un idioma extranjero

Capacitación de idioma extranjero	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Si	8	36,6	36,6
No	14	63,6	100
Total	22	100	

Fuente: Elaboración propia

Nivel alcanzado	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Básico	6	75	75
Medio	2	25	100
Avanzado			
Total	8	100	

Gráfico N° 42 Conocimiento de un idioma extranjero



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al conocimiento de un idioma extranjero, el cuadro N° 40 señala que el 63,6% de los que trabaja en la prestación de servicios turísticos no conoce ni habla un idioma extranjero, la mayor parte dueños y/o administradores, cocineros (a) de los refugios existentes en el destino. Por otra parte el 36,6% indica que conoce y habla un idioma extranjero, este dato brindado en su mayoría por los guías de montaña que trabajan en el destino, así mismo el 75% de éstos indica que alcanzó un nivel básico de conocimiento del idioma. El 25% revela que alcanzó un nivel medio de conocimiento del idioma extranjero.

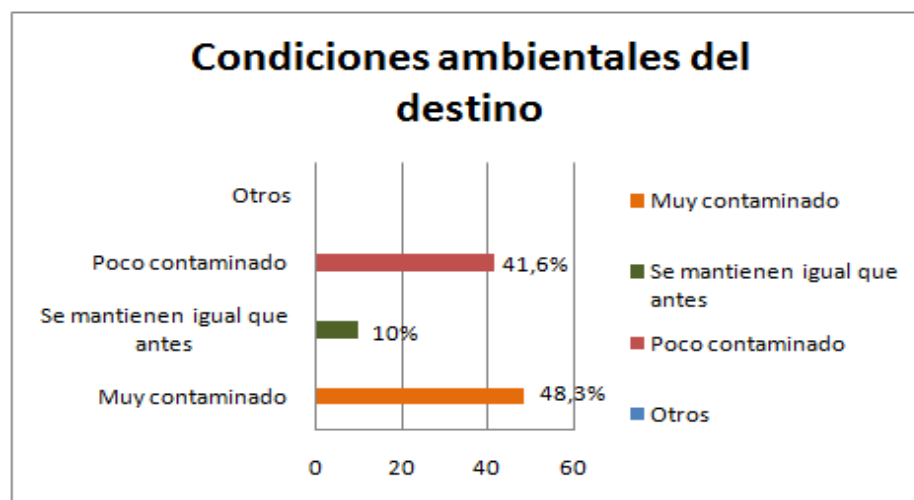
5.1.33 ÁMBITO AMBIENTAL - ¿Cómo percibe las condiciones ambientales del nevado Huayna Potosí.

Cuadro N° 41 Condiciones ambientales del destino

Condiciones ambientales del destino	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Muy contaminado	29	48,3	48,3
Se mantienen igual que antes	6	10	58,3
Poco contaminado	25	41,6	100
Otros			
Total	60	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 43 Condiciones ambientales del destino



Fuente: Elaboración propia

La información acopiada del cuadro N° 41 refleja la percepción que tienen los miembros de la comunidad respecto a las condiciones ambientales del nevado Huayna Potosí. El 48,3% indica que el nevado está muy contaminado. El 41,6% señala que existe poca contaminación, siendo estos datos los más importantes. Por último el 10% de los consultados refiere que las condiciones del nevado Huayna Potosí se mantienen igual que antes.

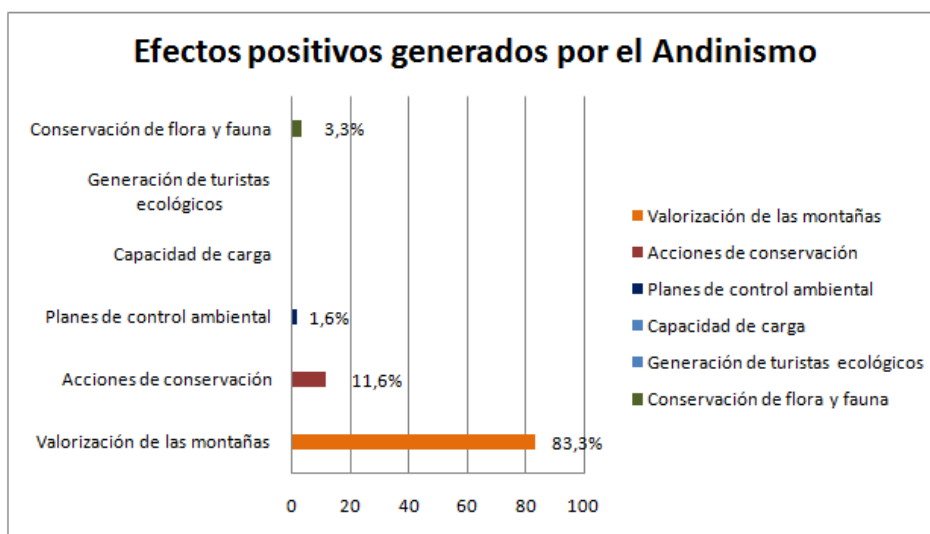
5.1.34 Indique ¿qué efectos positivos genera la existencia de actividad turística en el destino?

Cuadro N° 42 Efectos positivos que genera el turismo

Efectos positivos generados por El Andinismo	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Valorización de las montañas	50	83,3	83,3
Acciones de conservación	7	11,6	94,9
Planes de control ambiental	1	1,6	96,5
Capacidad de carga			
Generación de turistas ecológicos			
Conservación de flora y fauna	2	3,3	100
Total	60	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 44 Efectos positivos que genera el turismo



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 42 señala que el efecto positivo más relevante según el 83,3% de los consultados, es la valoración de las montañas tanto por los turistas como por la población local. El 11,6% indica que son las acciones de conservación los efectos más positivos reflejados en la montaña. El 3,3% de los consultados señala que la conservación de flora y fauna es el aporte más significativo de la actividad turística. Por último el 1,6% indica que los planes de control ambiental son pasos importantes como efecto positivo para el nevado Huayna Potosí.

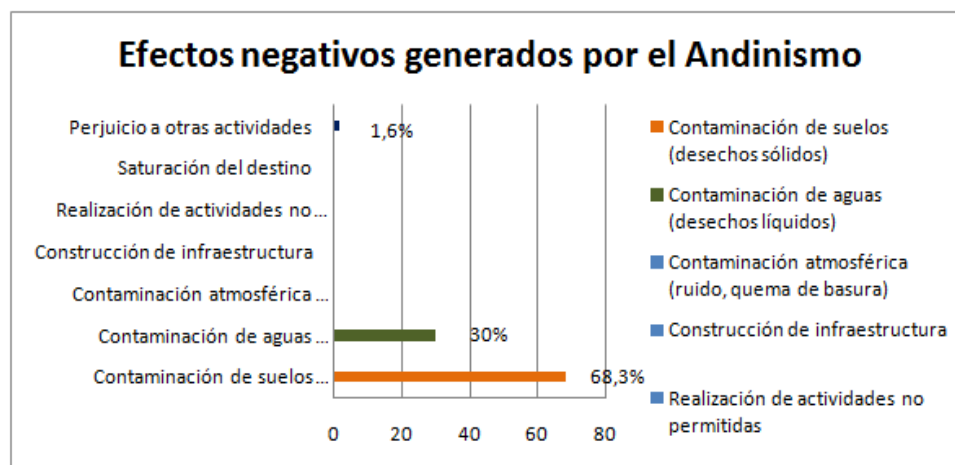
5.1.35 Señale los efectos negativo que genera la actividad turística

Cuadro N° 43 Efectos negativos que genera el turismo

Efectos negativos del Andinismo	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Contaminación de suelos (desechos sólidos)	41	68,3	68,3
Contaminación de aguas (desechos líquidos)	18	30	98,3
Contaminación atmosférica (ruido, quema de basura)			
Construcción de infraestructura			
Realización de actividades no permitidas			
Saturación del destino			
Perjuicio a otras actividades	1	1,6	100
Total	60	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 45 Efectos negativos que genera el turismo



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a efectos negativos se refiere, el cuadro N° 43 señala que tres son los principales efectos identificados por la comunidad. En primer lugar se encuentra la contaminación de suelos con el 68,6% (generación de basura). Seguido por la contaminación de aguas con el 30% (desechos líquidos, por las cámaras sépticas) y el perjuicio a otras actividades con el 1,6%, (los turistas suelen perturbar el habitat de la fauna existente en la zona).

5.1.36 En el Huayna Potosí ¿existe algún tratamiento de residuos sólidos y líquidos? (Basura y desagüe).

Cuadro N° 44 Tratamiento de residuos sólidos y líquidos

Tratamiento de residuos sólidos y líquidos	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Si	47	78,3	78,3
No	13	21,6	100
Total	60	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 46 Tratamiento de residuos sólidos y líquidos



La información obtenida por el cuadro N° 44 se refiere a la existencia de algún tratamiento de residuos tanto líquidos como sólidos que mitigue la contaminación existente en el destino, ante esto los resultados obtenidos son los siguientes: el 78,6% de los consultados indica que si existe un tratamiento de residuos que mitigue la contaminación. Así mismo el 21,6% señala que no existe tratamiento alguno.

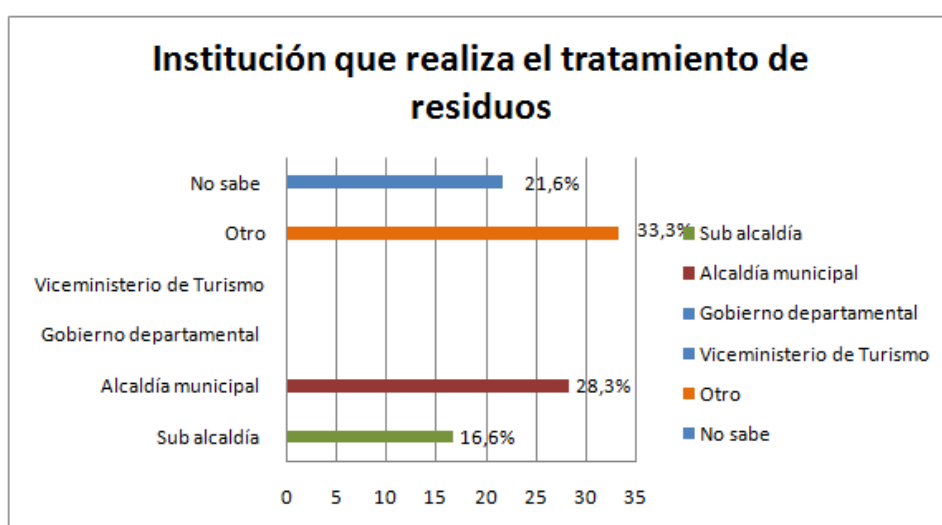
5.1.37 ¿Quién o qué institución se encarga de realizar el mismo?

Cuadro N° 45 Identificación de la institución que realiza el tratamiento de residuos

Institución que realiza el tratamiento de residuos	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Sub alcaldía	10	16,6	16,6
Alcaldía municipal	17	28,3	44,9
Gobierno departamental			
Viceministerio de Turismo			
Otro (as)	20	33,3	78,2
No sabe	13	21,6	100
Total	60	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 47 Identificación de la institución que realiza el tratamiento de residuos



Fuente: Elaboración propia

En cuadro N° 45 se identifican las instituciones que realizan el tratamiento de residuos, en primer lugar se encuentran aquellas personas que identifican otras instituciones con el 33,3% que en el caso vienen a ser la empresa COBBE y los refugios existentes en la zona. El 28,3% identifica a la Alcaldía paceña como artífice de esta tarea. El 16,6% menciona que es la Subalcaldía del macrodistrito 9. Por último el 21,6% de los consultados no sabe que institución se encarga de realizar el tratamiento de los residuos sólidos en el destino.

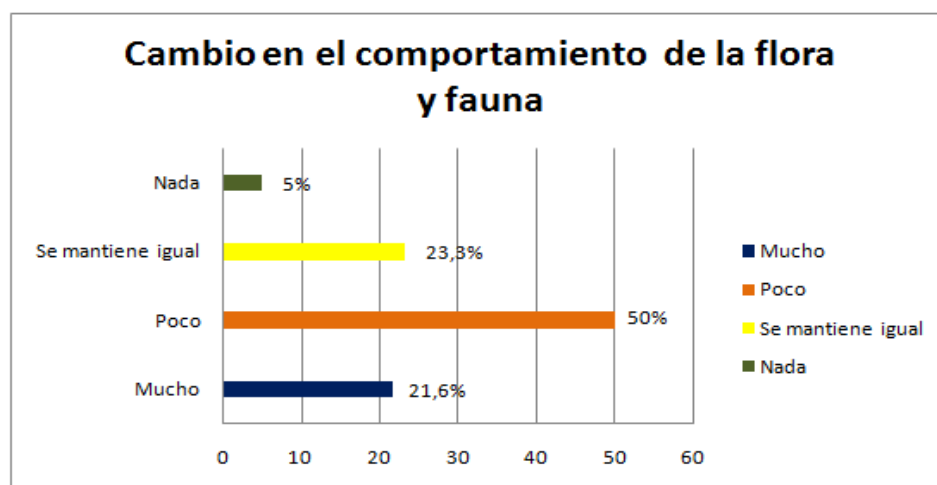
5.1.38 La actividad turística ha producido cambios en el comportamiento de la flora y fauna de la región.

Cuadro N° 46 Cambios producidos en el comportamiento de la flora y fauna en el destino

Cambio en el comportamiento de la flora y fauna	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Mucho	13	21,6	21,6
Poco	30	50	71,6
Se mantiene igual	14	23,3	94,9
Nada	3	5	100
Total	60	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 48 Cambios producidos en el comportamiento de la flora y fauna en el destino



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a cambios percibidos en la flora y fauna por la población local, el cuadro N° 46 indica que el 50% de los consultados identifica que pocos son los cambios. El 23,3% indica que se mantiene igual que antes. El 21,6% señala que existen muchos cambios en el comportamiento de la flora y fauna. Por último el 5% de los consultados afirma que percibe nada de cambios en el comportamiento de plantas y animales típicos del lugar.

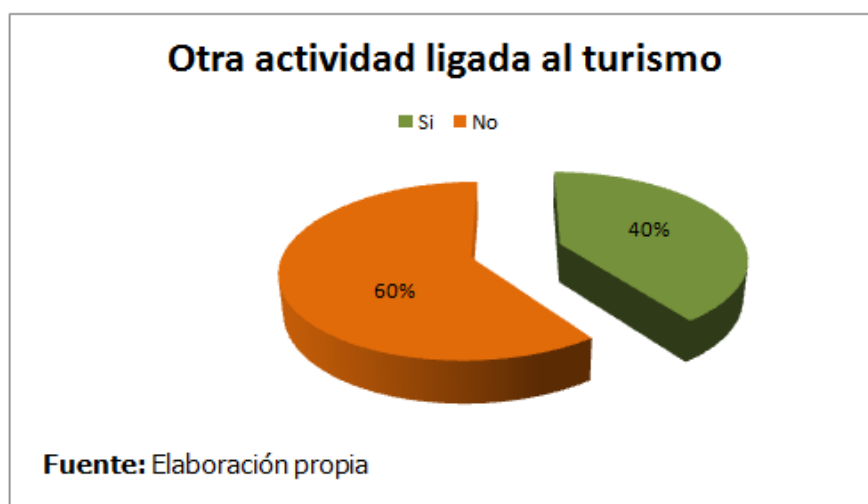
5.1.39 ¿Tiene una tienda o puesto de venta donde oferte productos (alimentos y bebidas) para los turistas?

Cuadro N° 47 Otras actividades económicas ligadas al turismo

Otras actividades económicas	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Si	8	40	40
No	12	60	100
Total	20	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 49 Otras actividades económicas ligadas al turismo



Los resultados presentados en el cuadro N° 47 debelan que del total de las personas que trabajan en turismo, el 60% no realiza otra actividad ligada a ofertar servicios

complementarios, es decir no cuenta con una tienda donde oferten alimentos o bebidas. Por otra parte el 40% de los consultados si cuenta con una pequeña tienda donde oferta los productos mencionados anteriormente.

Este dato es solamente de aquellas personas que se dedican a la prestación de servicios turísticos en inmediaciones del campo base del nevado Huayna Potosí, pues este lugar es donde existe mayor movimiento de turistas.

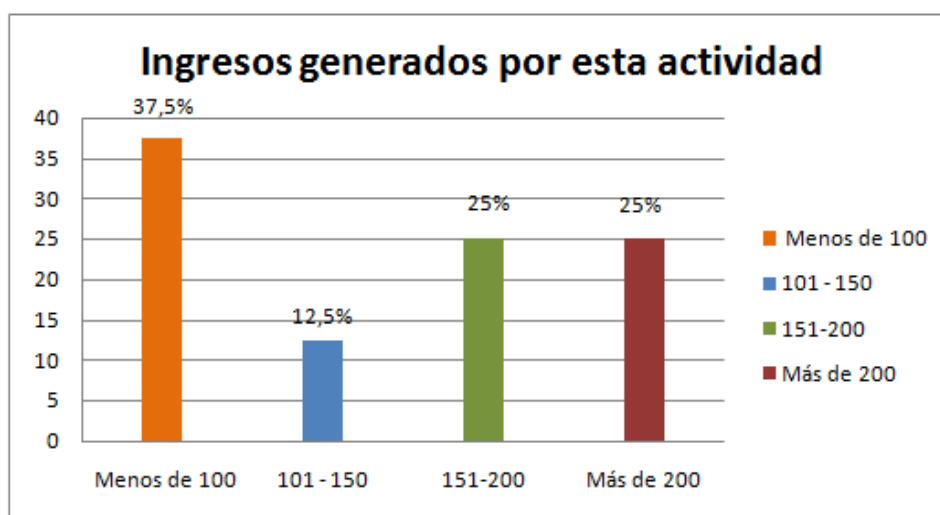
5.1.40 Aproximadamente ¿cuánto de ingreso le genera esto al mes?

Cuadro N° 48 Ingresos generados por la venta de alimentos y bebidas

Ingresos mensuales expresado en Bs.	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Menos de 100	3	37,5	37,5
101 - 150	1	12,5	50
151-200	2	25	75
Más de 200	2	25	100
Total	8	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 50 Ingresos generados por la venta de alimentos y bebidas



Fuente: Elaboración propia

Del 40% que si oferta este tipo de servicios complementarios, el cuadro N° 48 indica que el 37,5% de los mismos recibe un ingreso mensual menor a 100 bolivianos. La segunda posesión la comparten aquellos que reciben un ingreso entre 151 a 200 bolivianos y aquellos que reciben un ingreso mayor a 200 bolivianos mensuales con el 25%. Por último se encuentran aquellas personas que reciben un ingreso que oscila entre los 101 a 150 Bs. mensuales con el 12,5%.

Son ingresos realmente bajos, pero simplemente es la realidad pues las agencias que operan en el destino planifican toda la actividad desde la ciudad de La Paz, especialmente la parte logística y de servicios.

5.1.41 ¿Realiza artesanías para poder venderlas?

Cuadro N° 49 Elaboración de artesanías

Elaboración de artesanías	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje Acumulado
Si			
No	20	100	100
Total			

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 51 Elaboración de artesanías



Para terminar con el análisis de los resultados obtenidos con la aplicación del primer instrumento que es el cuestionario de la población. En el Cuadro N° 49 señala que el 100% de los consultados no realizan artesanías para venderlas y no reciben ningún tipo de ingreso. Este dato solamente abarca a las personas que se dedican a la actividad turística y no así al 100% de la muestra.

En la siguiente sección se presentarán los resultados obtenidos con el segundo cuestionario aplicado a los guías de turismo de montaña, para luego ser contrastados con los datos obtenidos en el primer instrumento aplicado en la población.

5.2 RESULTADOS OBTENIDOS CON EL SEGUNDO INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS - CUESTIONARIO DIRIGIDA A LOS GUÍAS DE MONTAÑA

Esta segunda parte señala lo que denominamos datos generales de identificación que permitieron conocer a la muestra del estudio.

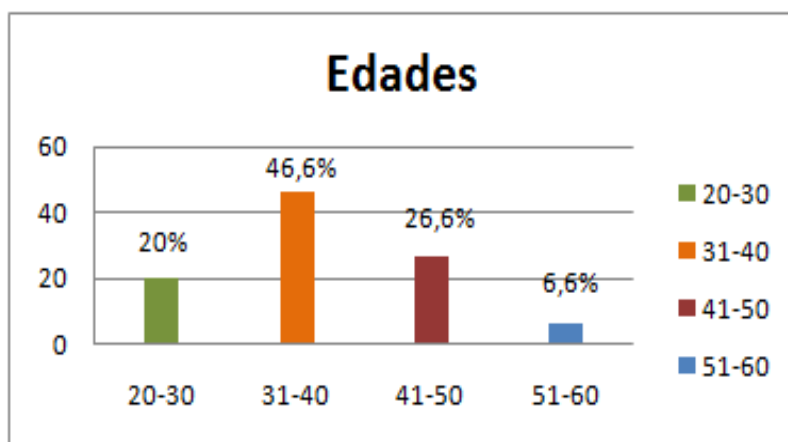
5.2.1 Datos generales de identificación – Rango de edades de los guías de montaña

Cuadro N° 50 Edades de los guías de turismo consultados

Edades	frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
20-30	3	20	20
31-40	7	46,6	66,6
41-50	4	26,6	93,2
51-60	1	6,6	100
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 52 Edades



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 50 señala que el 46,6% de los consultados tiene una edad que oscila entre los 31 a 40 años de edad. Seguidos por 26,6 % que tienen edades comprendidas entre 41 a 50 años. En tercera posición se encuentran los que tiene una edad entre 20 a 30 estos alcanzan un 20%. Por último se encuentran en edades que oscilan entre 51 a 60 años, los cuales alcanzan un 6,6%.

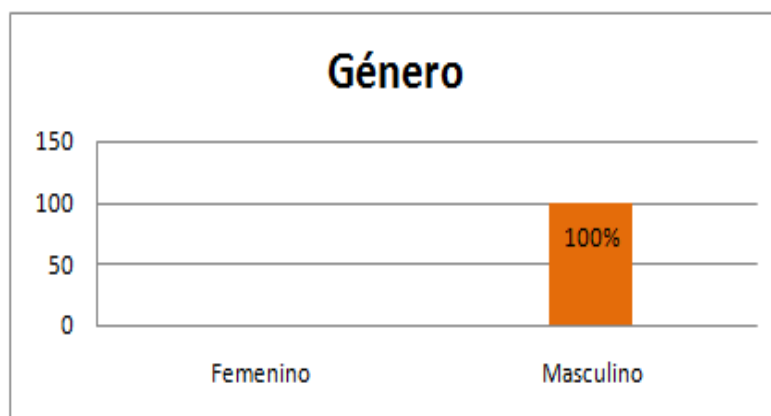
5.2.2 Identificación del género

Cuadro N° 51 Género

Género	frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Femenino			
Masculino	15	100	100
Total			

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 53 Género



Fuente: Elaboración propia

Los datos del cuadro N° 51 son muy claros, el 100% de los consultados son de género masculino, pues este es un rubro casi exclusivo para este segmento por su fuerte y extrema exigencia. La actividad del montañismo así lo requiere.

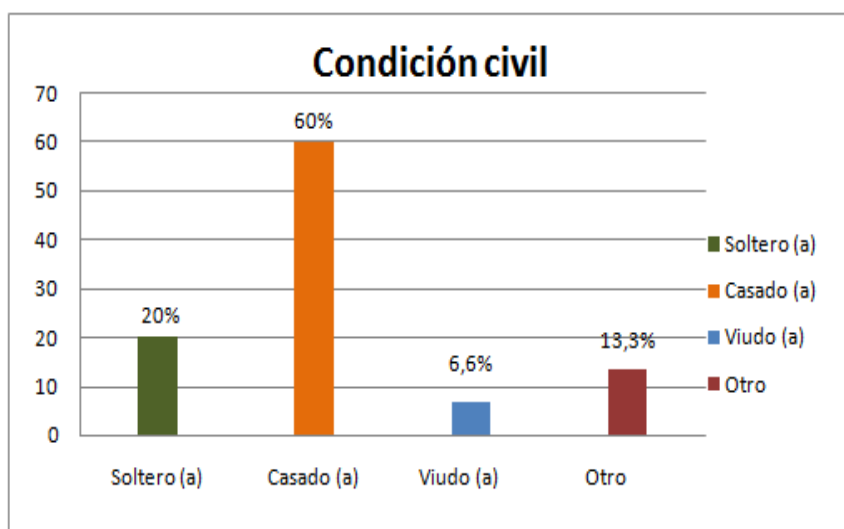
5.2.3 Identificación de la condición civil

Cuadro N° 52 Condición civil

Condición civil	frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Soltero (a)	3	20	20
Casado (a)	9	60	80
Viudo (a)	1	6,6	86,6
Otro	2	13,3	100
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 54 Condición civil



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 52 señala que el 60% de los consultados son casados (a) siendo este el dato más significativo. Seguido por aquellos que tiene una condición civil de solteros, con el 20%. En tercera posición se encuentran aquellos que menciona otra condición civil que en este caso es el concubinato con el 13,3%. Y por último se encuentran los que refieren que son viudos estos últimos abarcan el 6,6%.

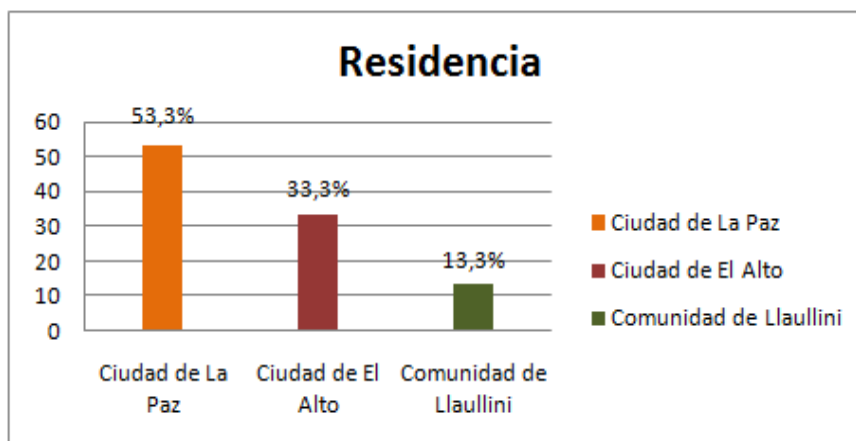
5.2.4 Residencia de los guías de montaña

Cuadro N° 53 Residencia

Residencia	frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Ciudad de La Paz	8	53,3	53,3
Ciudad de El Alto	5	33,3	86,6
Comunidad de Llaullini	2	13,3	100
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 55 Residencia



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la residencia de los guías de montaña que trabajan en el destino, el cuadro N° 53 muestra la siguiente información, el 53,3% indica que vive en la ciudad de La Paz y esa es su residencia habitual. El 33,3% indica que su residencia es en la ciudad de El Alto. Por último el 13,3% radica en la comunidad de Llaullini.

5.2.5 Nacionalidad de los guías de montaña

Cuadro N° 54 Nacionalidad

Nacionalidad	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Boliviano @	15	100	100
Extranjero @			
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 56 Nacionalidad



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 54 indica que el 100% de los consultados son de nacionalidad boliviana, siendo este el dato más importante. Se conocía que en el sector trabajaban guías extranjeros sin autorización, sin embargo se pudo constatar que eso no es real.

5.2.6 ÁMBITO – IDENTIFICACIÓN DE LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL DESTINO - Señale ¿Cuáles son las principales actividades turísticas realizadas en el Huayna Potosí?

Cuadro N° 55 Identificación de las principales actividades turísticas desarrolladas en el destino

Identificación de actividades turísticas	Frecuencia	Porcentaje %	Total
1er Andinismo	15	100	15
2do Trekking	9	60	15
3er Ski	7	46,6	15
4to Otros	2	13,3	15
Fuente: Elaboración propia			

Gráfico N° 57 Identificación de las principales actividades turísticas



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 55 indica que el 100% de los consultados identifican al Andinismo como principal actividad en el destino Huayna Potosí, así mismo el 60% de los mismos menciona que la segunda actividad en importancia es el Trekking, el Ski ocupa la tercera posición con el 46,6% y por último se encuentran los guías que mencionan que otras actividades como el Biking y el Snowboard son practicadas en el lugar, este último dato lo afirman el 13,3%.

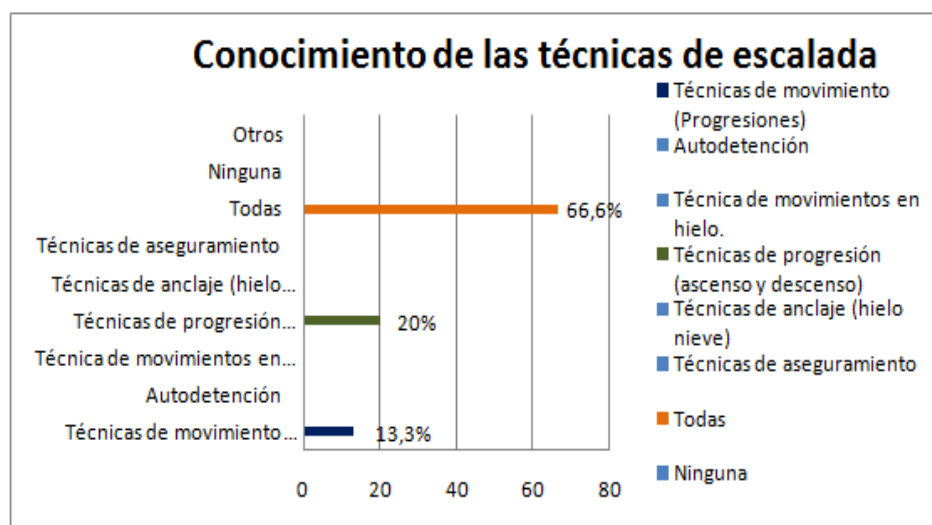
5.2.7 ÁMBITO – ANDINISMO CARACTERÍSTICAS - TÉCNICAS - Señale ¿cuáles de estas técnicas de escalada en nieve y hielo conoce?

Cuadro Nº 56 Conocimiento de técnicas de escalada

Técnicas de escalada	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Técnicas de movimiento (Progresiones)	2	13,3	13,3
Autodetención			
Técnica de movimientos en hielo.			
Técnicas de progresión (ascenso y descenso)	3	20	33,3
Técnicas de anclaje (hielo nieve)			
Técnicas de aseguramiento			
Todas	10	66,6	100
Ninguna			
Otros			
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico Nº 58 Conocimiento de técnicas de escalada



Fuente: Elaboración propia

El cuadro Nº 56 nos muestra que el 66,6% de los guías que trabajan en el destino conocen todas las técnicas para el desarrollo de la actividad del montañismo y así aminoran el riesgo en su práctica. El 20% solamente conoce la técnica de progresiones (ascensos y descensos), estos guías se encuentran en proceso de formación. Por último el 13,3% refiere que conocen solamente las técnicas de

movimiento, de las mismas manera esto últimos están en proceso de pre formación para ser guías oficiales.

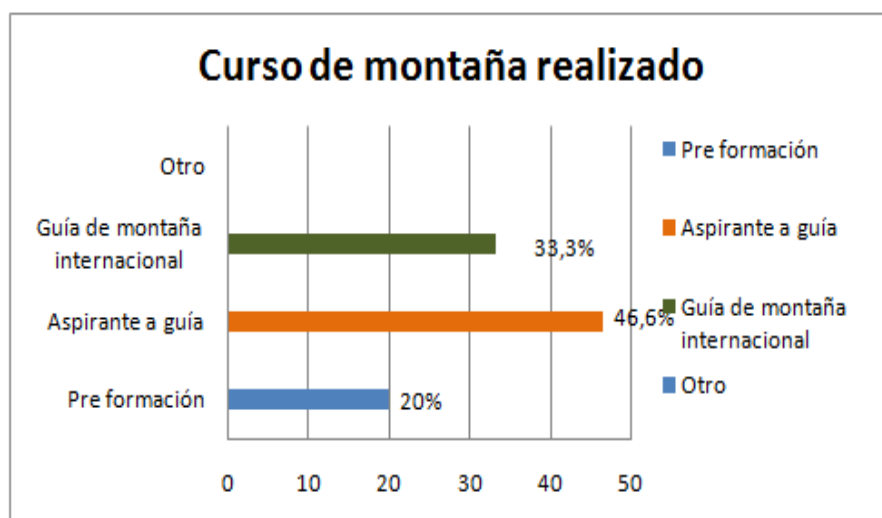
5.2.8 ¿Qué cursos de montaña ha realizado para ser guía de montaña?

Cuadro N° 57 Curso de montaña realizado para ser guía de montaña

Curso de montaña	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Pre formación	3	20	20
Aspirante a guía	7	46,6	66,6
Guía de montaña internacional	5	33,3	100
Otro			
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 59 Curso de montaña realizado



Fuente: Elaboración propia

Los datos del cuadro N° 57 debelan que el 46,6% de los guías que trabajan en el Huayna Potosí son aspirantes a guías de montaña. El 33,3% son guías de montaña internacional UIAGM. Por último el 20% son guías que se encuentran en pre formación.

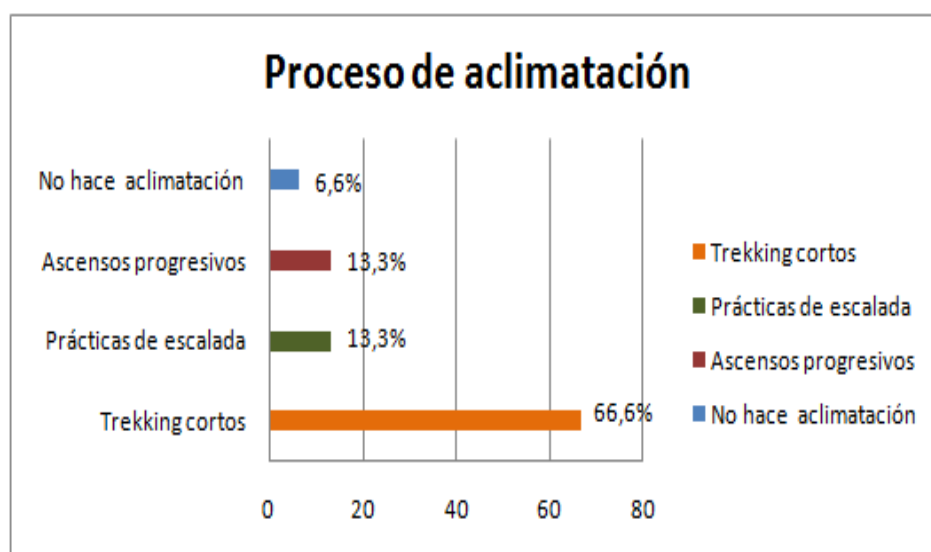
5.2.9 Preparación física - ¿Cómo realiza el proceso de aclimatación para los turistas que escalan el Huayna Potosí?

Cuadro N° 58 Proceso de aclimatación de los turistas

Aclimatación de los turistas	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Trekking cortos	10	66,6	66,6
Prácticas de escalada	2	13,3	79,9
Ascensos progresivos	2	13,3	93,2
No hace aclimatación	1	6,6	100
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 60 Proceso de aclimatación de los turistas



Fuente: Elaboración propia

Para el proceso de aclimatación³⁵ el 66,6% de los guías realiza trekking cortos. En segundo lugar comparten esta posición las prácticas de escalada y ascensos progresivos³⁶ con el 13,3%. Por último el 6,6% no realizan el proceso de aclimatación.

³⁵ Proceso que requiere el organismo para habituarse a un entorno diferente.

³⁶ Escalada de montañas menores a los 6000 msnm. o caminatas de aproximación campo base – campo alto.

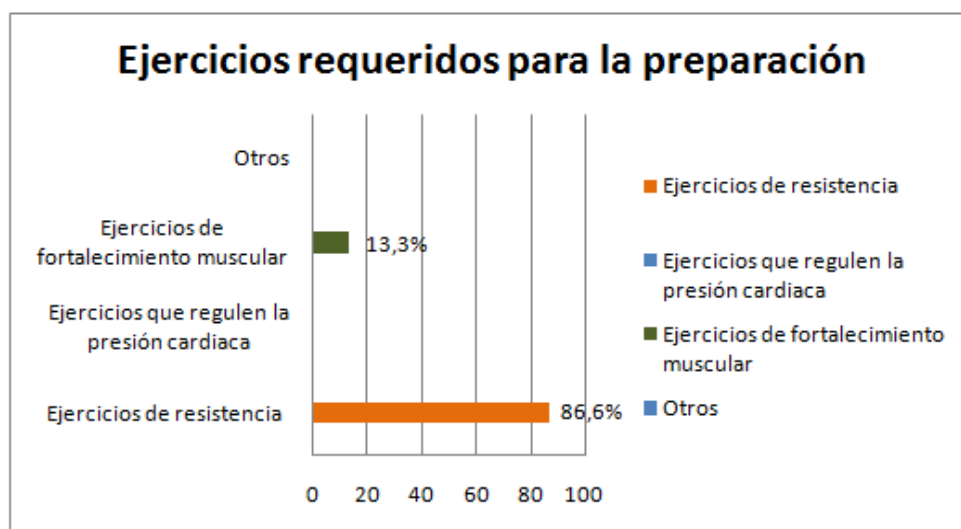
5.2.10 ¿Qué tipo de ejercicios realiza para la práctica del Andinismo?

Cuadro N° 59 Identificación de tipos de ejercicios

Tipos de ejercicios	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Ejercicios de resistencia	13	86,6	86,6
Ejercicios que regulen la presión cardiaca			
Ejercicios de fortalecimiento muscular	2	13,3	100
Otros			
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 61 Identificación de tipos de ejercicios



Fuente: Elaboración propia

Los datos del cuadro N° 59 señalan que los guías de montaña requieren de constante preparación física, en ese sentido el 86,6% de los mismos indica que realizan ejercicios de resistencia para el desarrollo de la actividad. El 13,3% realiza ejercicios de fortalecimiento muscular pues la actividad del Andinismo es muy exigente, estos dos tipos de ejercicios los más practicados por los guías de turismo de montaña.

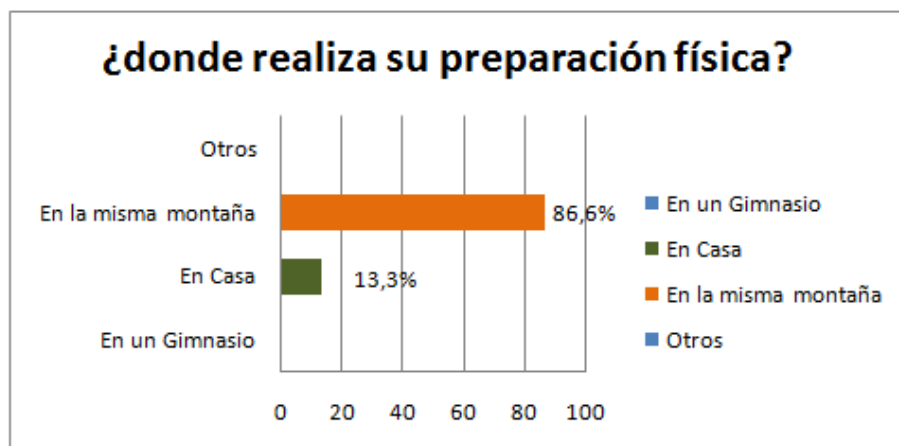
5.2.11 La preparación física la realiza en:

Cuadro N° 60 ¿Dónde realiza la preparación física?

La preparación la realiza	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
En un Gimnasio			
En Casa	2	13,3	13,3
En la misma montaña	13	86,6	100
Otros			
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 62 ¿Dónde realiza la preparación física?



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 60 señala que el 86,6% de los guías de montaña realizan su preparación física en la misma montaña pues aparte de realizara escalada practica Trekking, escalada en hielo y practica de técnicas de montaña. El 13,3% se prepara físicamente en casa que es su segunda alternativa mencionada.

Se debe señalar que la preparación física es primordial para el óptimo desempeño en la montaña pues sin la misma se incrementa el riesgo de sufrir un accidente o agotamiento que sería fatal.

5.2.12 EQUIPO ESPECIALIZADO - ¿Existen tiendas donde se pueda comprar y/o alquilar el equipo requerido para ascenso de montañas en las ciudades próximas?

Cuadro N° 61 Tiendas especializadas

Tiendas especializadas	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Si	15	100	100
No			
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 63 Tiendas especializadas



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en el cuadro N° 61, el 100% de los consultados indica que en la ciudad de La Paz si existen tiendas y agencias que se dedican al rubro de la venta y alquiler de equipo especializado de montaña.

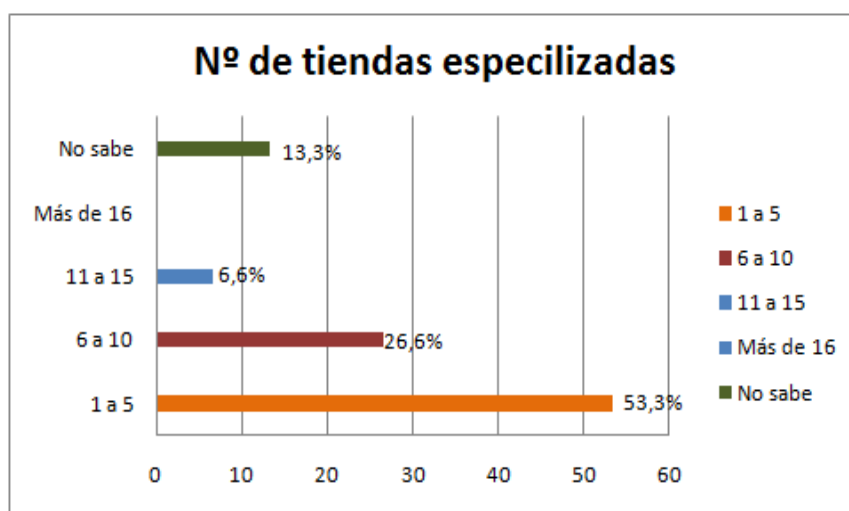
5.2.13 ¿Cuántas tiendas especializadas en este rubro existen?

Cuadro N° 62 N° de tiendas especializadas en Andinismo

N° de tiendas especializadas	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
1 a 5	8	53,3	53,3
6 a 10	4	26,6	79,9
11 a 15	1	6,6	86,5
Más de 16			
No sabe	2	13,3	100
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 64 N° de tiendas especializadas en Andinismo



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al número de agencias y tiendas especializadas en el rubro de venta y alquiler de equipos de montaña, el 53,3% indican que existen de 1 a 5 tiendas y agencias que se dedican a este rubro. El 26,6% señala que existen de 6 a 10 tiendas y agencias. El 13,3% no sabe cuántas tiendas existen. Y por último el 6,6% de los consultados indica que existen de 11 a 15 establecimientos entre tiendas y agencias especializadas que se dedican al rubro de la venta y alquiler del equipo requerido para la práctica del Andinismo.

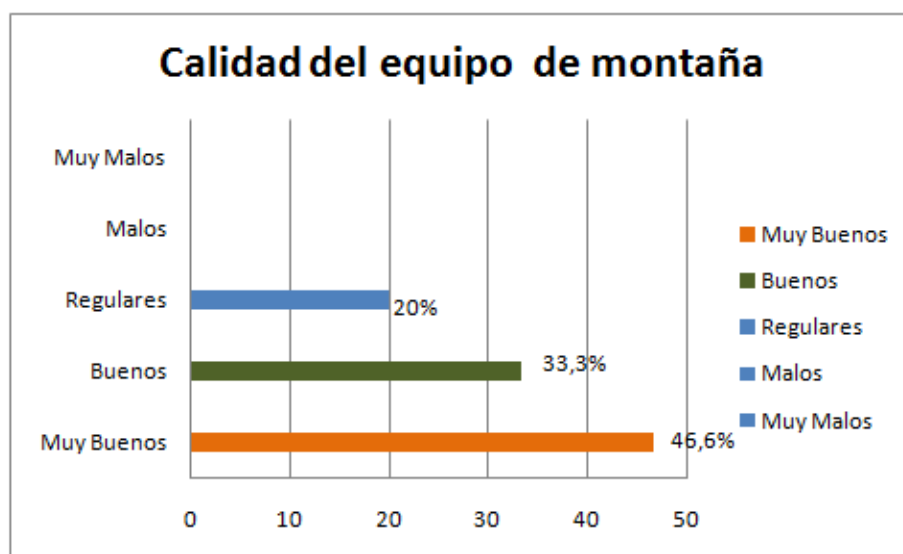
5.2.14 ¿Cómo calificaría la calidad de los equipos alquilados para el ascenso a las montañas

Cuadro N° 63 Calidad del equipo disponible en el mercado

Calidad del equipo	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Muy Buenos	7	46,6	46,6
Buenos	5	33,3	79,9
Regulares	3	20	100
Malos			
Muy Malos			
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 65 Calidad del equipo disponible en el mercado



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 63 señala el 46,6% de los guías consultados considera que el equipo técnico es muy bueno, porque son de marcas estandarizadas a nivel mundial. El 33,3% refiere que son buenos, ellos mencionan que no se presentan contingencias al momento de su uso. El 20% restante indica que el equipo existente en el mercado son regulares en cuanto a calidad, ya que algunos son muy antiguos y deberían salir del mercado.

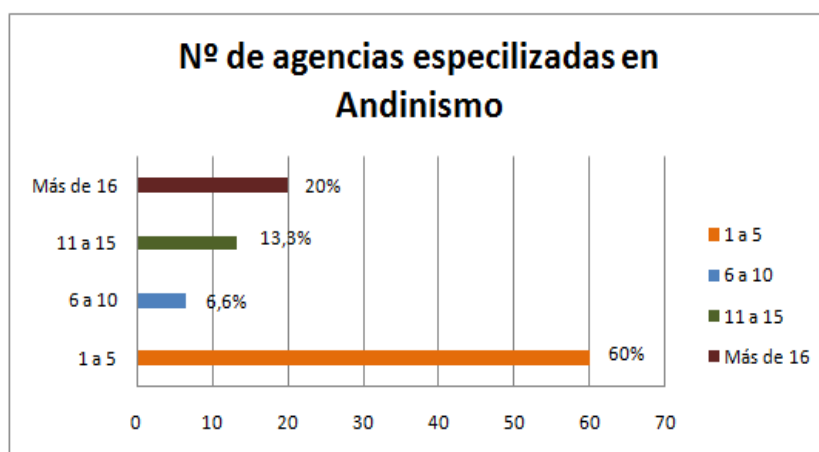
5.2.15 ÁMBITO - OPERACIÓN TURÍSTICA - Aproximadamente ¿Cuántas agencias de viaje especializadas en turismo de montaña existen en La Paz?

Cuadro N° 64 N° de agencias especializadas en turismo de montaña

N° de agencias de viajes especializados	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
1 a 5	9	60	60
6 a 10	1	6,6	66,6
11 a 15	2	13,3	79,9
Más de 16	3	20	100
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 66 N° de agencias especializadas en turismo de montaña



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al número de agencias especializadas en Andinismo y turismo de montaña, los datos obtenidos se reflejan en el cuadro N° 58. El 60% de los guías indica que existen alrededor de 1 a 5 agencias que operan todo el año, es decir en temporada alta y temporada baja. El 20% indica que existen más de 16 agencias, sin embargo la mayoría se adecua a las temporadas, vale decir no trabajan todo el año ofertando turismo de montaña. El 13,3% indica que existen entre 11 a 15 agencias especializadas. Por último solamente el 6,6% señala que existen entre 6 a 10 agencias que operan el turismo de montaña.

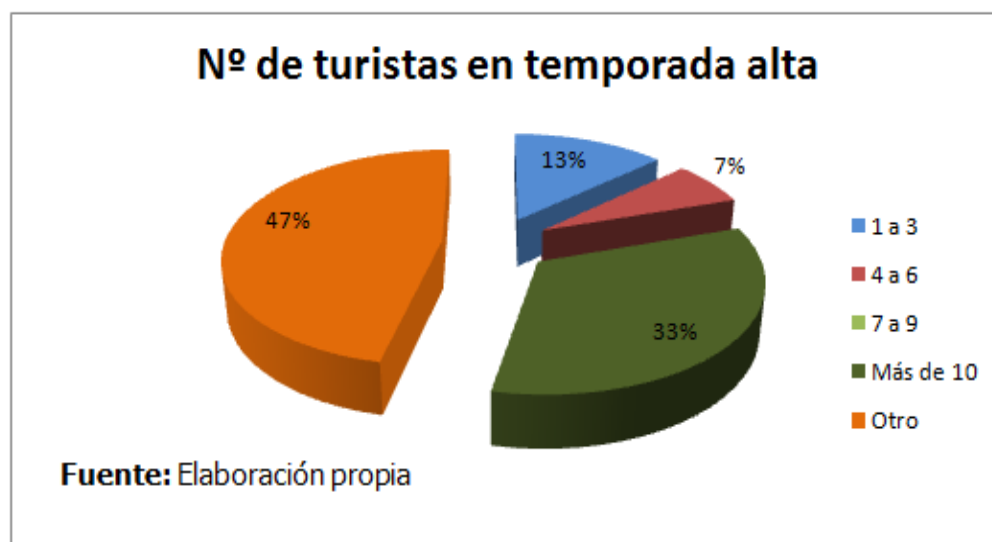
5.2.16 Señale ¿Cuántos turistas por día conduce al nevado Huayna Potosí en temporada?

Cuadro N° 65 N° de turistas en temporada alta

N° de turistas en temporada alta	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
1 a 3	2	13,3	13,3
4 a 6	1	6,6	19,9
7 a 9			
Más de 10	5	33,3	53,2
Otro	7	46,6	100
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 67 N° de turistas en temporada alta

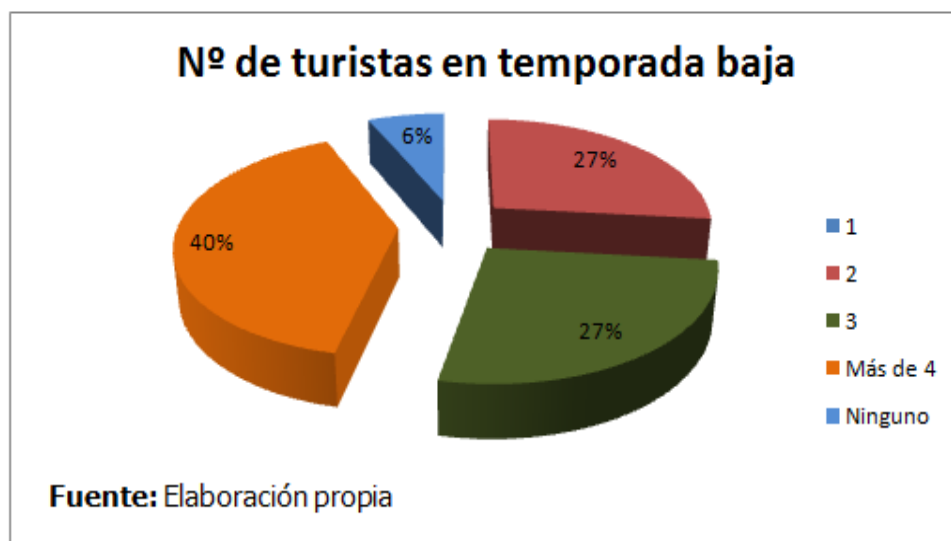


En cuanto al número de turistas que los guías conducen al nevado Huayna Potosí en temporada alta, el cuadro N° 65 señala que el 46,6% de los guías eligió la opción otros (la mayoría de los guías conducen entre 20 a 50 turistas día). En segundo lugar se encuentran los que señalan que conducen más de 10 turistas día. El 13,3% indica que conduce de 1 a 3 turistas día. Por último el 6,6% indica que conduce entre 4 a 6 turistas día.

Cuadro N° 66 N° de turistas en temporada baja

N° de turistas en temporada baja	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
1			
2	4	26,6	26,6
3	4	26,6	53,2
Más de 4	6	40	93,2
Ninguno	1	6,6	100
Total	15	100	
Fuente: Elaboración propia			

Gráfico N° 68 N° de turistas en temporada baja



El cuadro N° 66 indica que en temporada baja los guías conducen más de 4 turistas día, el 40% lo señala así. El segundo lugar lo comparten aquellos que indican que conducen entre 2 y 3 turistas día, con el 26,6% respectivamente. Por último solo el 6,6% conduce 1 turista día. Esto nos indica que prácticamente el Huayna Potosí tiene demanda todo el año, pues los guías lo indican así. La UIAGM por norma indica que un guía solamente puede conducir entre 3 a 4 turistas día, pues esta es la cordada óptima de controlar y mantener con seguridad en la montaña.

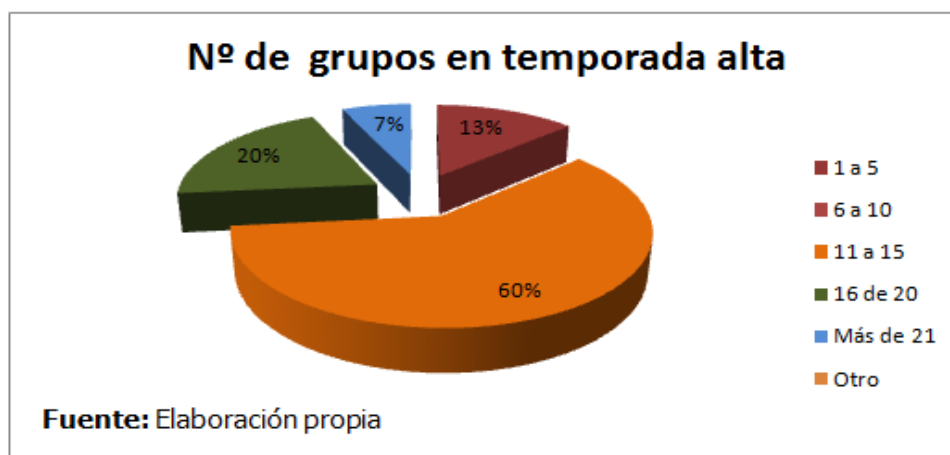
5.2.17 Señale ¿Cuántos grupos de turistas escalan el Huayna Potosí por temporada?

Cuadro N° 67 N° de grupo de turistas que escalan en temporada alta

N° de grupos que escalan el Huayna Potosí (T. alta)	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
1 a 5	2	13,3	13,3
6 a 10			
11 a 15	9	60	73,3
16 de 20	3	20	93,3
Más de 21	1	6,6	100
Otro			
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 69 N° de grupo de turistas que escalan en temporada alta



Los siguientes datos indican el número de grupos que escalan el nevado por día. El cuadro N° 67 indica que aproximadamente de 11 a 15 grupos escalan por día el nevado Huayna Potosí en temporada alta, así lo indica el 60% de los guías consultados. El 20% refiere que entre 16 a 20 grupos lo escalan por día. El 13,3% indica que entre 1 a 5 grupos escalan este nevado. Por último el 6,6% señala que este nevado es escalado por más de 21 grupos día.

Estos datos son similares a los obtenidos con entrevistas en el destino y que están plasmados en capítulos anteriores.

Cuadro N° 68 N° de grupo de turistas que escalan en temporada baja

N° de grupos que escalan el Huayna Potosí	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
1 a 3	11	73,3	73,3
4 a 6	4	26,6	100
7 a 9			
Más de 10			
Otros			
Total	15	100	
Fuente: Elaboración propia			

Gráfico N° 70 N° de grupo de turistas que escalan en temporada baja



En el cuadro N° 68 se puede observar que en temporada baja el número de grupos disminuye. El 73,3% de los guías señala que el número de grupos que escala en esta temporada oscila entre 1 a 3 grupos día. El 26,6% indica que el número de grupos es de 4 a 6 por día. Estos datos nos indican que el Andinismo en el Huayna Potosí es una actividad constante durante casi todo el año, salvo que existan inclemencias climatológicas extremas, como las nevadas y vientos de velocidades que oscilen entre los 60 a 90 Km por Hora.

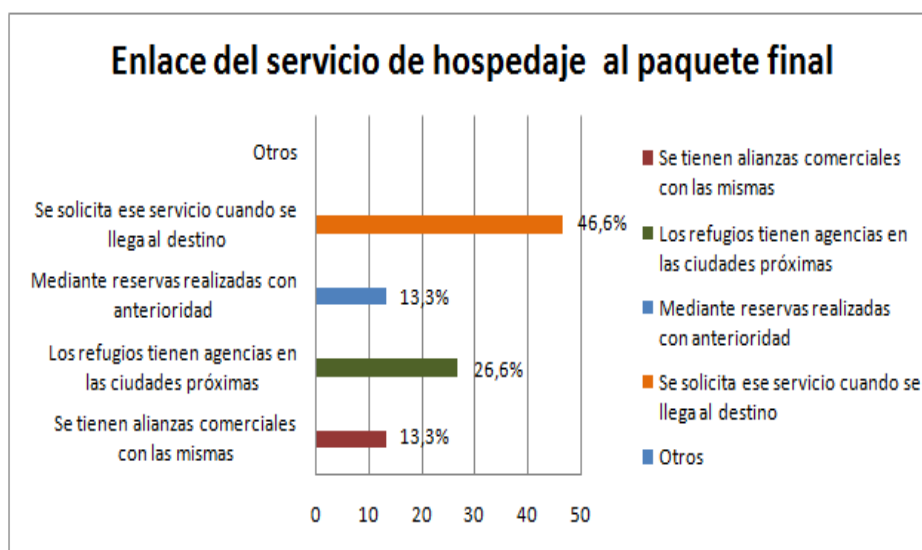
5.2.18 Indique ¿Cómo los refugios asentados en el destino, enlazan su producto y/o servicios al paquete organizado por una agencia de viajes?

Cuadro N° 69 Forma de enlazar el servicios de hospedaje al paquete turístico final

Enlace del servicio de hospedaje al paquete	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Se tienen alianzas comerciales con las mismas	2	13,3	13,3
Los refugios tienen agencias en las ciudades próximas	4	26,6	39,9
Mediante reservas realizadas con anterioridad	2	13,3	53,2
Se solicita ese servicio cuando se llega al destino	7	46,6	100
Otros			
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 71 Forma de enlazar el servicios de hospedaje al paquete turístico final



Fuente: Elaboración propia

Como lo muestra el cuadro N° 69 el 46,6% de los refugios enlazan su servicio en el mismo destino. El 26,6% cuenta con una agencia de viajes en las ciudades próximas. El 13,3% lo hace mediante reservas con anterioridad y mediante alianzas con agencias que operan en el destino respectivamente.

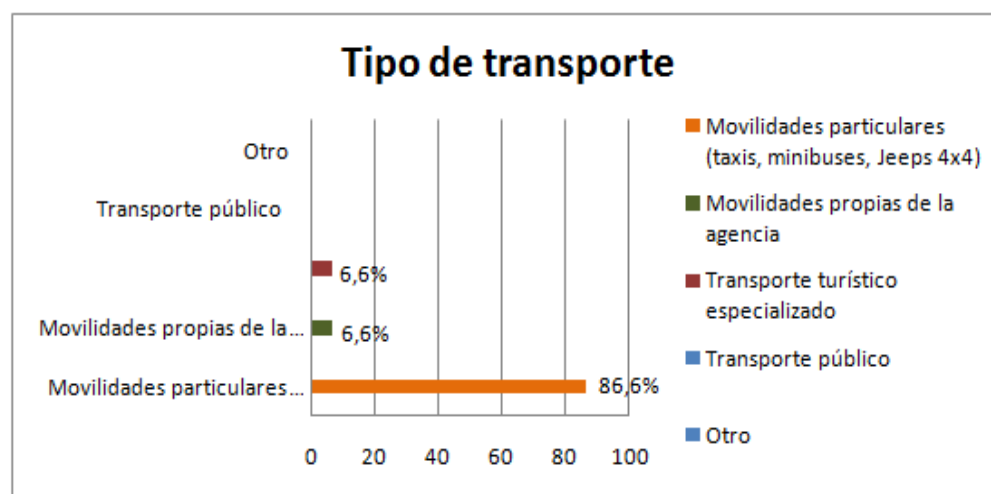
5.2.19 ¿Qué tipo de transporte usan las agencias de viaje para el traslado del turista al destino?

Cuadro N° 70 Tipo de transporte usado para la operación turística

Tipo de transporte	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Movilidades particulares (taxis, minibuses, Jeeps 4x4)	13	86,6	86,6
Movilidades propias de la agencia	1	6,6	93,2
Transporte turístico especializado	1	6,6	100
Transporte público			
Otro			
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 72 Tipo de transporte usado para la operación turística



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al tipo de transporte usado en la operación turística, el cuadro N° 70 señala que el 86,6% de los guías indica que se usan movilidades particulares. El 6,6% menciona que usan movilidades propias de la agencia y transporte turístico especializado respectivamente. Cuando se habla de movilidades particulares nos referimos a los minibuses, taxis, Jepps. 4x4.

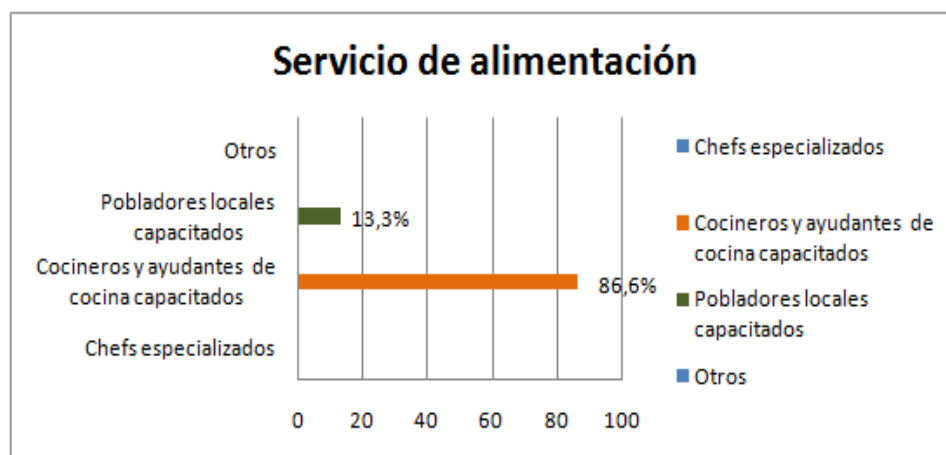
5.2.20 ¿En el tema de alimentación, a quienes contratan las agencias de viajes para la prestación de dicho servicio?

Cuadro N° 71 Identificación de prestadores de servicio de alimentación

Servicios de alimentación	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Chefs especializados			
Cocineros y ayudantes de cocina capacitados	13	86,6	86,6
Pobladores locales capacitados	2	13,3	100
Otros			
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 73 Identificación de prestadores de servicio de alimentación



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 71 indica que el 86,6% de los guías consultados señala que se contratan a cocineros y ayudantes de cocina capacitados para la prestación de este servicio. El 13,3% señala que para la prestación del servicio de alimentación se contratan a pobladores locales previamente capacitados. Estos datos los más importantes y relevantes de la información obtenida mediante las consultas realizadas con el trabajo de campo.

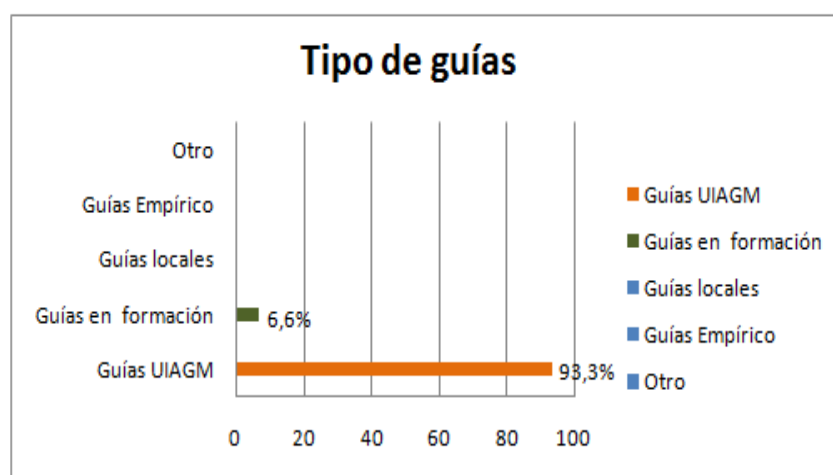
5.2.21 Los guías de montaña que contratan las agencias de viajes son:

Cuadro N° 72 Identificación del tipo de guías que se contratan

Tipo de guías contratados	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Guías UIAGM	14	93,3	93,3
Guías en formación	1	6,6	100
Guías locales			
Guías Empírico			
Otro			
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 74 Identificación del tipo de guías que se contratan



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al tipo de guías que las agencias contratan para la prestación de este servicio, el cuadro Nº 72 indica que el 93,3% de las agencias contrata guías UIAGM. El 6,6% contrata guías en proceso de formación. Se debe señalar que esta pregunta fue de elección múltiple, los consultados identifican a los guías en formación como la segunda alternativa de contratación por parte de la agencia de viajes y en tercer lugar se encuentran los guías locales que trabajan en la región.

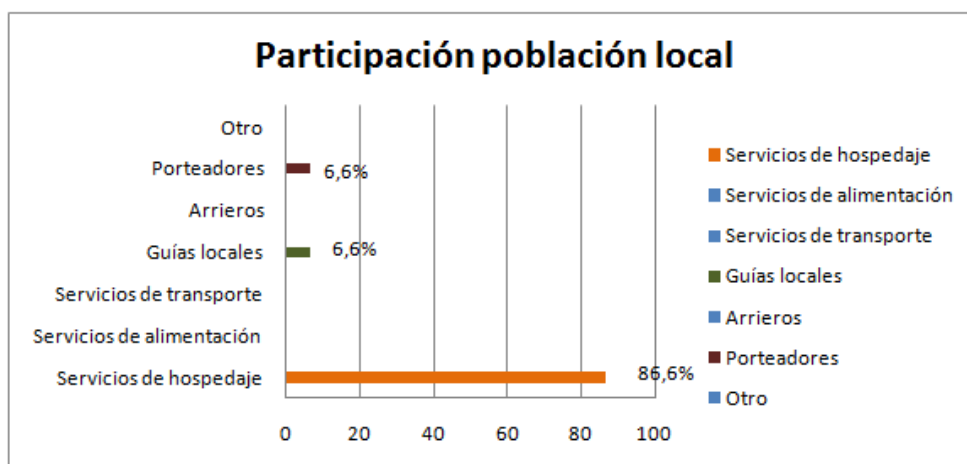
5.2.22 ¿En qué ámbitos de la prestación de servicios turísticos participa la población de Llaullini en el destino Huayna Potosí?

Cuadro Nº 73 Identificación del ámbito de participación de la población local

Ámbito de participación de la población local	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Servicios de hospedaje	13	86,6	86,6
Servicios de alimentación			
Servicios de transporte			
Guías locales	1	6,6	93,2
Arrieros			
Porteadores	1	6,6	100
Otro			
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico Nº 75 Identificación del ámbito de participación de la población local



Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 73 se pueden observar tres actividades a la que se dedica la población local. El 86,6% de los consultados señala que la población se dedica a la prestación de servicios de hospedaje. El 6,6% señala que la población se dedica a la prestación de servicios de guía y al servicio de traslado de equipo (porteadores) respectivamente.

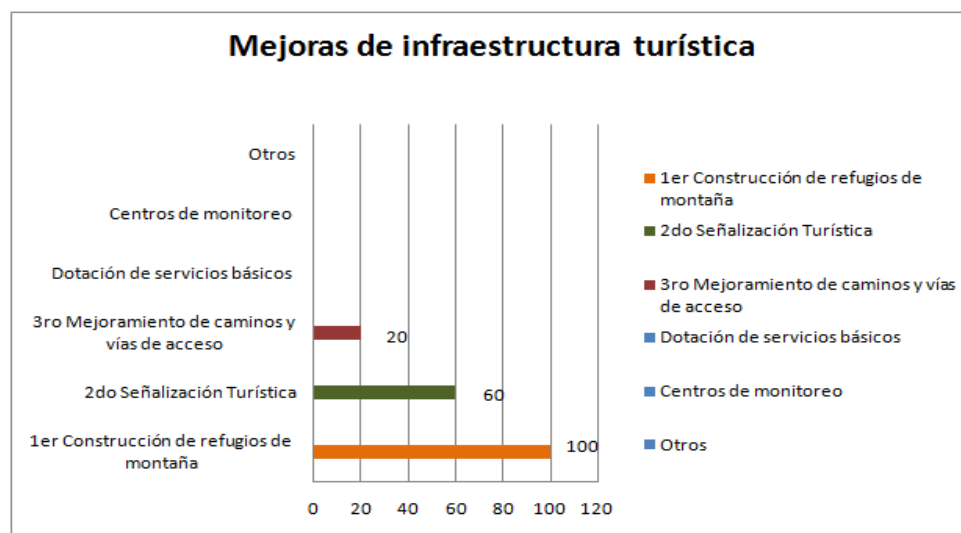
5.2.23 ¿Cuale son las mejoras de infraestructura turística que percibe en el destino Huayna Potosí en estos últimos 5 años?

Cuadro N° 74 Identificación de las mejoras en infraestructura turística

Mejoras de infraestructura	Frecuencia	Porcentaje %	Total
1er Construcción de refugios de montaña	15	100	15
2do Señalización Turística	9	60	15
3ro Mejoramiento de caminos y vías de acceso	3	20	15
Dotación de servicios básicos			
Centros de monitoreo			
Otros			

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 76 Identificación de las mejoras en infraestructura turística



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 74 indica que el 100% de los consultados identifican como principal mejora en el destino la construcción de refugios de montaña. Como segunda mejora identificada se encuentra la señalización turística existente en el destino así lo señala el 60%. La tercera mejora es el mejoramiento de los caminos y vías de acceso, esto con el 20%. Así mismo indicar que el Huayna Potosí es el único lugar de la cordillera Real que cuenta con servicios turísticos en el destino, (refugios, guías, alimentación etc.)

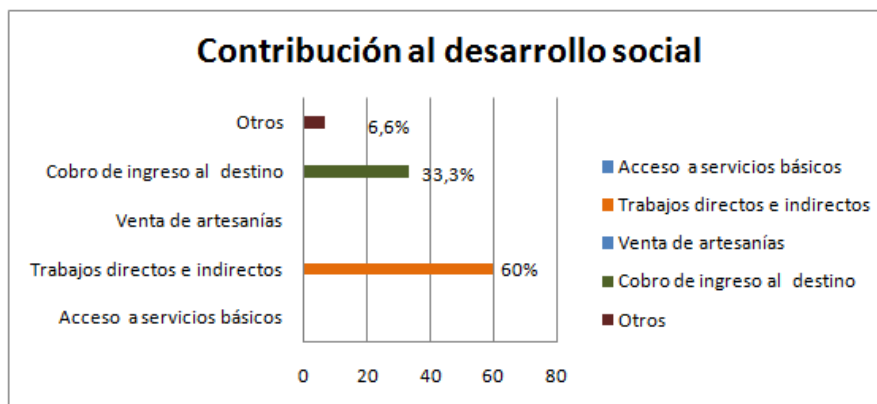
5.2.24 Señales ¿Cómo la actividad del Andinismo ha contribuido al desarrollo social de la comunidad de Llaullini, en el Huayna Potosí?

Cuadro N° 75 Contribución del Andinismo al desarrollo social

Contribución del Andinismo	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Acceso a servicios básicos			
Trabajos directos e indirectos	9	60	60
Venta de artesanías			
Cobro de ingreso al destino	5	33,3	93,3
Otros	1	6,6	100
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 77 Contribución del Andinismo al desarrollo social



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 75 resume la percepción que tiene los guías de montaña con respecto al aporte que realiza el Andinismo al desarrollo social de la comunidad, el 60% de

los consultados indican que la actividad contribuye al desarrollo social mediante la generación de trabajos directos e indirectos. El 33,3% indica que los hace mediante el cobro que realiza la comunidad, misma que es invertida en la construcción de un par de refugios comunitarios. Por último el 6,6% elige la opción otros (no contribuye), pues la actividad del Andinismo es un negocio de agencias de viajes, algunas familias que invirtieron en la construcción de refugios y personas ajenas a la comunidad.

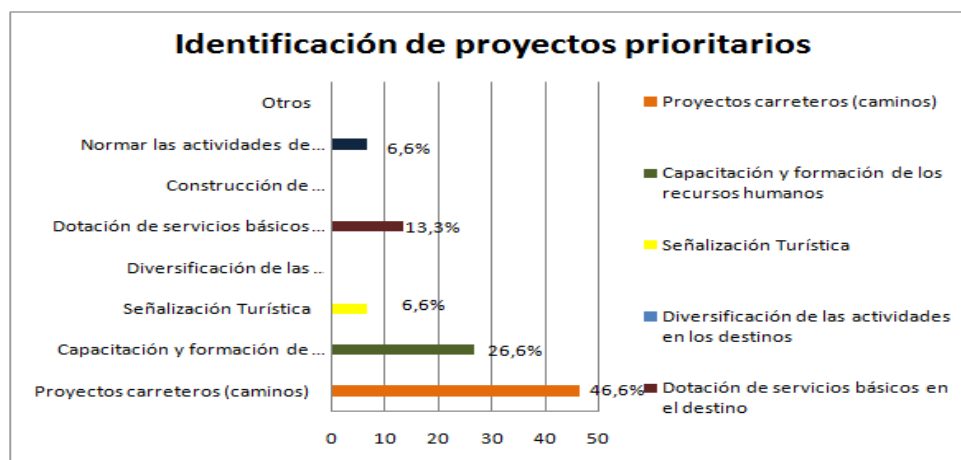
5.2.25 Señale ¿Qué tipo de proyectos deberían priorizarse para el desarrollo del turismo de montaña?

Cuadro N° 76 Identificación de proyectos prioritarios en el destino

Proyectos prioritarios	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Proyectos carreteros (caminos)	7	46,6	46,6
Capacitación y formación de los recursos humanos	4	26,6	73,2
Señalización Turística	1	6,6	79,8
Diversificación de las actividades en los destinos			
Dotación de servicios básicos en el destino	2	13,3	93,1
Construcción de infraestructura turística (refugios en campos base)			
Normar las actividades de turismo de aventura	1	6,6	100
Otros			
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 78 Identificación de proyectos prioritarios en el destino



Fuente: Elaboración propia

El 46,6% señala que como prioridad se requiere hacer proyectos carreteros. El 26,6% indica que la capacitación y formación de recursos humanos es primordial. El 13,3% identifica como prioritario a la dotación de servicios básicos en el destino. Normar la actividad y señalar el destino son primordiales, el 6,6% lo señala así. Estos datos se pueden apreciar en el cuadro N° 76.

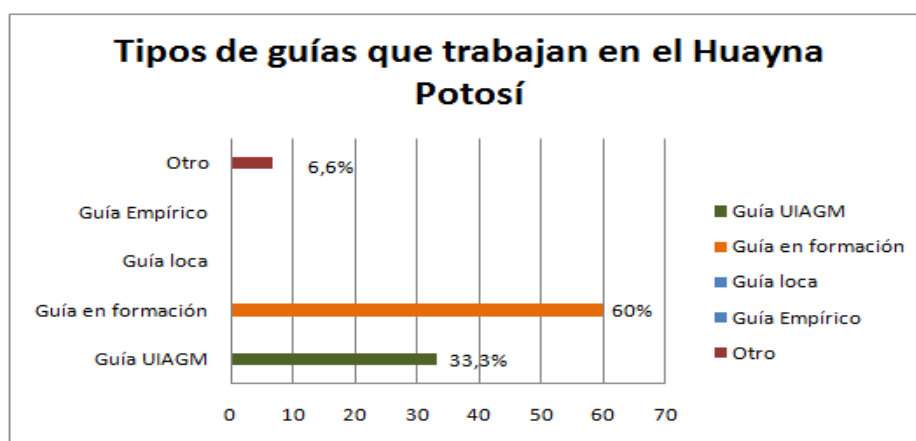
5.2.26 ÁMBITO REMUNERACION DEL GUIA DE MONTAÑA - De acuerdo a su formación profesional usted es un guía

Cuadro N° 77 Tipos de guías que trabajan en el destino

Tipo de guía	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Guía UIAGM	5	33,3	33,3
Guía en formación	9	60	93,3
Guía loca			
Guía Empírico			
Otro	1	6,6	100
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 79 Tipos de guías que trabajan en el destino



Fuente: Elaboración propia

Los datos del cuadro N° 77 muestran que el 60% de los guías que trabajan en el Huayna Potosí son guías en proceso de formación. El 33,3% son guías UIAGM que

pertenecen a la Unión Internacional de Asociaciones de Guías de Montaña y son los guías más recomendados para minimizar riesgos en la montaña, pues su formación es integral. El 6,6% elige la opción otros que son guías formados y avalados por la gobernación del departamento de La Paz.

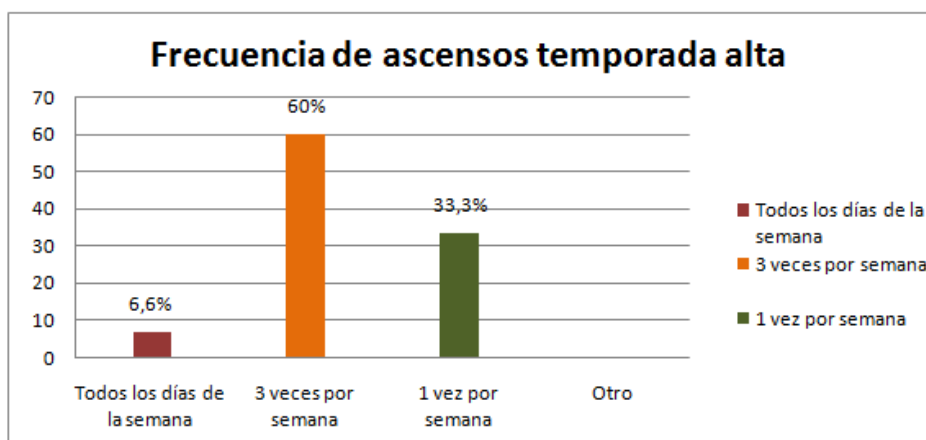
5.2.27 ¿Cada cuánto tiempo realiza un ascenso al nevado Huayna Potosí?

Cuadro N° 78 Frecuencias de ascenso al Huayna Potosí

Frecuencias de ascensos al Huayna Potosí en Temporada alta	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Todos los días de la semana	1	6,6	6,6
3 veces por semana	9	60	66,6
1 vez por semana	5	33,3	100
Otro			
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 80 Frecuencias de ascenso al Huayna Potosí en temporada alta



Fuente: Elaboración propia

Según la información obtenida de los guías de montaña, en temporada alta las frecuencias de ascensos se reflejan en el cuadro N° 78. El 60% indica que escala el nevado 3 veces por semana, siendo este el dato más importante. El 33,3% lo hace una vez a la semana, porque la actividad requiere enorme esfuerzo físico y se debe

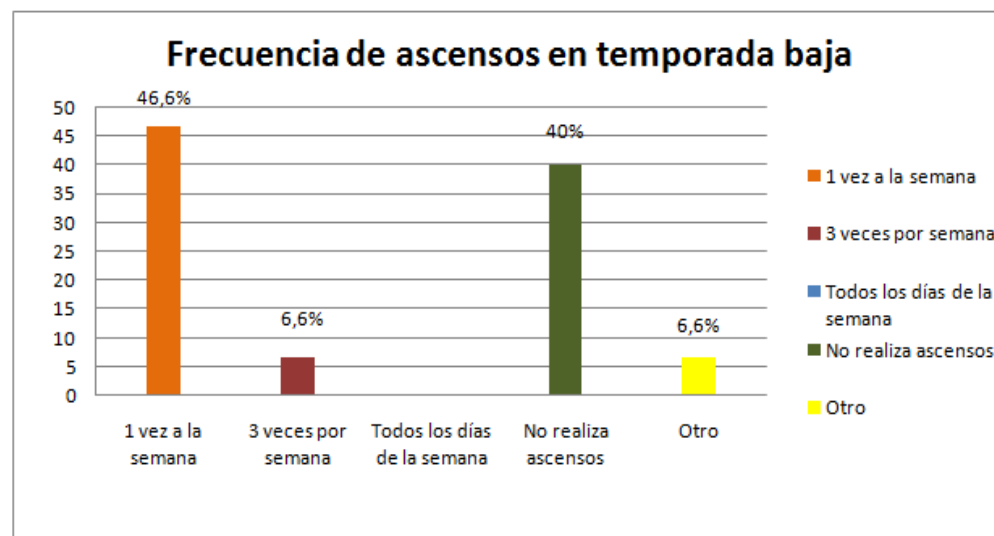
recuperar el mismo con una buena alimentación y descanso. El 6,6% realiza la escalada cada día, porque las agencias le envían grupos de turistas todos los días laborales de la semana.

Cuadro N° 79 Frecuencias de ascenso al Huayna Potosí en temporada baja

Frecuencias de ascensos al Huayna Potosí en Temporada baja	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
1 vez a la semana	7	46,6	46,6
3 veces por semana	1	6,6	53,2
Todos los días de la semana			
No realiza ascensos	6	40	93,2
Otro	1	6,6	100
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 81 Frecuencias de ascenso al Huayna Potosí en temporada baja



La frecuencia de ascensos en temporada baja se muestra en el cuadro N° 79. El 46,6% de los guías de montaña ascienden el nevado 1 vez por semana. El 40% de

los consultados no realiza ascensos en temporada baja. El 6,6% los hace 3 veces por semana y una vez al mes (opción otros) respectivamente.

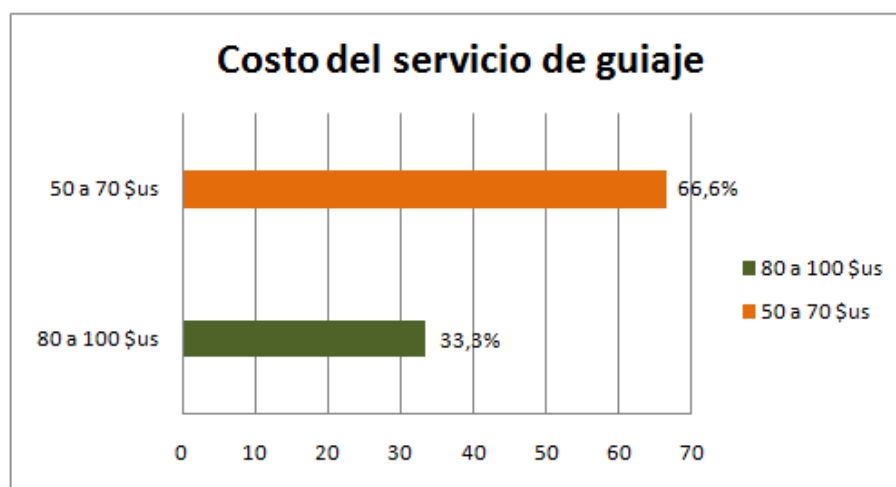
5.2.28 Aproximadamente ¿cuánto cobra por su servicio de guía de montaña al Huayna Potosí?

Cuadro N° 80 Costo por ascenso al Huayna Potosí expresado en \$us.

Costo por ascenso al Huayna Potosí expresado en Dólares	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
80 a 100 \$	5	33,3	33,3
50 a 70\$	10	66,6	100
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 82 Costo por ascenso al Huayna Potosí expresado en \$us



Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 80 señala que el 33,3% de los guías cobran por escalar el nevado Huayna Potosí entre 80 a 100 dólares. El 66,6% cobra entre 50 a 70 dólares. Estos son los costos en temporada alta. Analizando los datos 33,3% son guías UIAGM como se había mencionado anteriormente, el restante 66,6% son guías que se encuentran en proceso de formación. Además se debe señalar que el costo varía de

acuerdo a la temporada, en la temporada baja el costo disminuye hasta un 50% pero esto solo en el caso de los guías UIAGM.

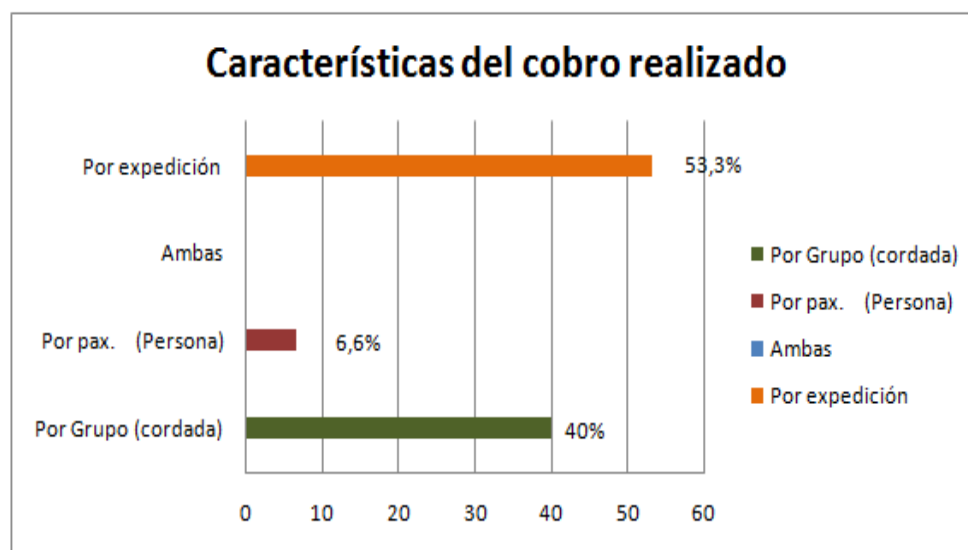
5.2.29 El cobro que realiza por la prestación de servicios como guía de montaña es por:

Cuadro N° 81 Características del cobro realizado

Características del cobro realizado	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Por Grupo (cordada)	6	40	40
Por pax. (Persona)	1	6,6	46,6
Ambas			
Por expedición	8	53,3	100
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 83 Características del cobro realizado



Fuente: Elaboración propia

Como lo señalan los datos del Cuadro N° 81, el cobro se caracteriza por ser un cobro por expedición, el 53,3% lo señala así. El 40% de los consultados indica que el cobro se caracteriza por ser grupal o cordada (tres personas). Y solamente el 6,6%

de los consultados realiza el cobro por persona o pax, como lo señala el cuadro y gráfico presente.

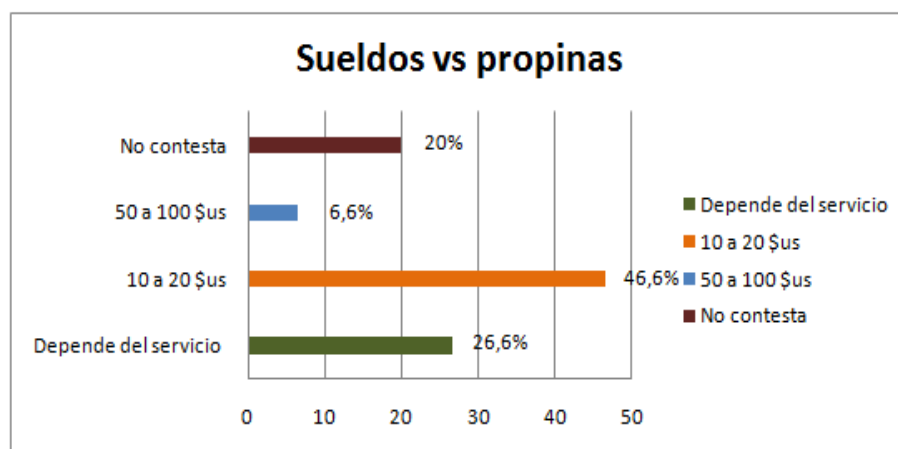
5.2.30 ¿Cuánto gana (propinas) por guiar un grupo de turistas al nevado Huayna Potosí?

Cuadro N° 82 sueldos vs propinas

Sueldos vs propinas	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Depende del servicio	4	26,6	26,6
10 a 20 \$us	7	46,6	73,2
50 a 100 \$us	1	6,6	79,8
No contesta	3	20	100
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 84 sueldos vs propinas



Fuente: Elaboración propia

Se había planteado esta pregunta para establecer si las propinas eran mejores que los sueldos percibidos. El cuadro N° 82 indica que el 46,6% de los guías percibe propinas que oscilan entre 10 a 20 dólares. El 26,6% menciona que depende mucho del servicio prestado, pues en ocasiones las propinas son muy buenas. El 20% no contesta la pregunta. El 6,6% indica que sus propinas oscilan entre los 50 a

100 dólares. Especialmente cuando se tienen lo que ellos denominan grupos especiales³⁷.

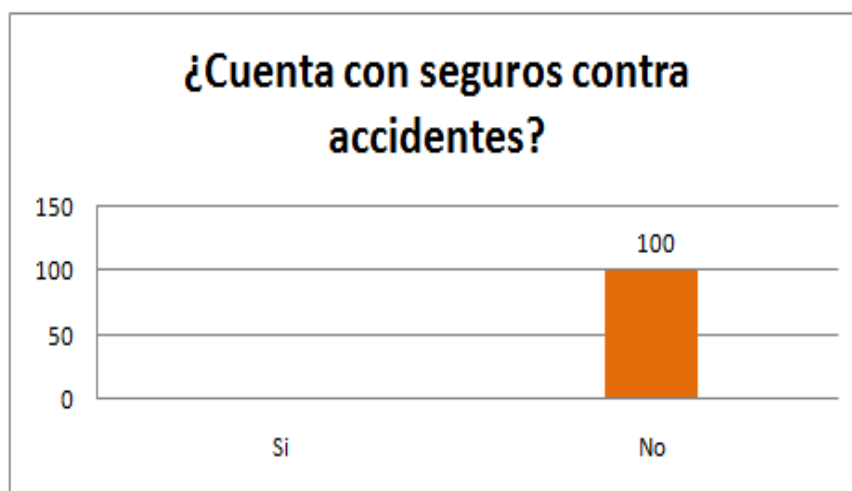
5.2.31 ¿Las agencias que lo contratan le brindan algún seguro contra accidentes que podrían ocurrir mientras desempeña su trabajo?

Cuadro N° 83 Seguro contra accidentes

Seguro contra accidentes	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Si			
No	15	100	100
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 85 Seguro contra accidentes



Fuente: Elaboración propia

Como lo muestra el cuadro N° 83 el 100% de los consultados no cuenta con un seguro contra accidentes.

³⁷ Son turistas que compran paquetes turísticos todo incluido desde el país de origen. Es decir la agencia prestadora de servicios se encarga de toda la parte logística operativa.

5.2.32 Del 100% del cobro que realiza una agencia de viaje para la organización de un paquete turístico, señales ¿cómo se distribuye el mismo en términos porcentuales para la organización de dicho paquete?

Cuadro N° 84 Estructura de costos de operación de un paquete turístico

Análisis de costo del paquete turístico	Frecuencia	Porcentaje %
40% para la agencia de viajes	15	100
15% Hospedaje 10 a 20	7	46,6
10% Transporte	8	53,3
10% Alimentación	10	66,6
20% Guías	9	60
5% Otro gastos	5	33,3

Fuente: Elaboración propia

El cuadro N° 84 es un resumen de los datos obtenidos con la consulta realizada a los guías de montaña. El 100% de los guías menciona que el 40% del precio real de paquete turístico se queda para la agencia de viajes. El 46,6% indica que para el servicio de hospedaje se destina un 15%. Para el servicio de transporte se destina un 10% del precio real. Para el tema de alimentación las agencias destinan un 10%. Un 20% se destina para el guía de montaña por último se destina un 5% para sustentar otros gastos (evacuaciones, imprevistos etc.).

Gráfico N° 86 Estructura de costos de operación de un paquete turístico



Fuente: Elaboración propia

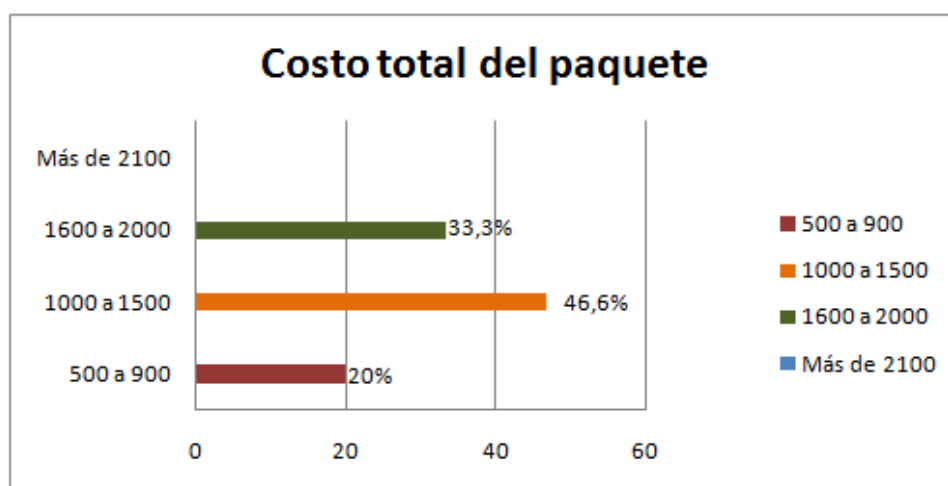
5.2.33 Aproximadamente ¿Cuánto cuesta un paquete turístico todo incluido para escalar el Huayna Potosí?

Cuadro Nº 85 Costo total del paquete turístico al Huayna Potosí

Costo total expresado en Bs	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
500 a 900	3	20	20
1000 a 1500	7	46,6	66,6
1600 a 2000	5	33,3	100
Más de 2100			
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico Nº 87 Costo total del paquete turístico al Huayna Potosí



Fuente: Elaboración propia

El cuadro Nº 85 señala que el 46,6% de los guías indica que el costo aproximado de un paquete de escalada al Huayna Potosí oscila entre los 1000 a 1500 Bs. El 33,3% señala el paquete oscila entre los 1600 a 2000 Bs. El 20% de los consultados indica que el costo del paquete oscila entre los 500 a 900 Bs. Este último dato es el costo del paquete en temporada baja, como ya se había mencionado anteriormente los costos varían de acuerdo a las temporadas.

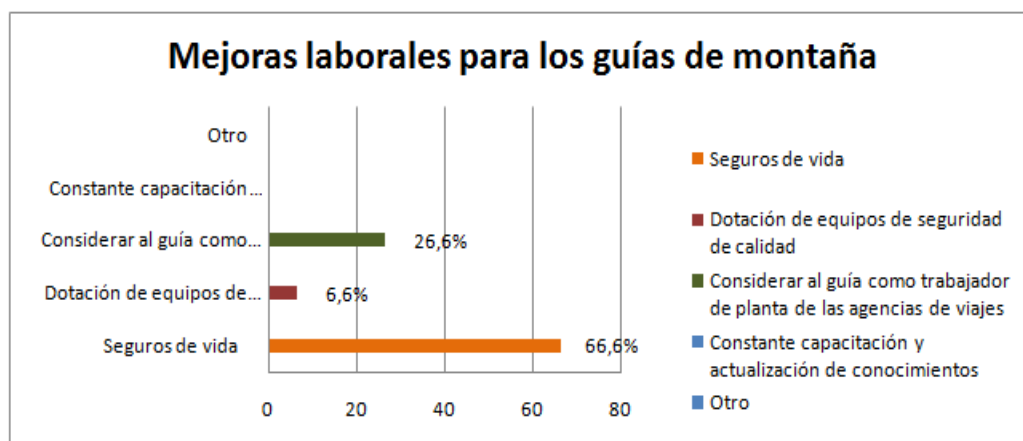
5.2.34 Indique por orden de importancia ¿Qué medidas se deberían tomar para mejorar las condiciones laborales de los guías de montaña?

Cuadro N° 86 Identificación de mejoras en la condición laboral del guía

Mejoras laborales	Frecuencia	Porcentaje %	Porcentaje acumulado
Seguros de vida	10	66,6	66,6
Dotación de equipos de seguridad de calidad	1	6,6	73,2
Considerar al guía como trabajador de planta de las agencias de viajes	4	26,6	100
Constante capacitación y actualización de conocimientos			
Otro			
Total	15	100	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 88 Identificación de mejoras en la condición laboral del guía



Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 86 los guías identifican ciertas condiciones para mejorar su trabajo, el 66,6% indica que contar con un seguro de vida. El 26,6% señala que los guías deben ser considerados como trabajadores de planta de las agencias de viajes. El 6,6% refiere se deben dotarse de equipos de seguridad de calidad para minimizar los riesgos que se presentan en el desarrollo de la actividad del Andinismo.

5.3 RESULTADOS OBTENIDOS CON EL TERCER INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS – ENTREVISTA DIRIGIDA AUTORIDADES REGIONALES, MUNICIPALES Y DEPARTAMENTALES ENCARGADAS DEL ÁMBITO TURÍSTICO

Tabla N° 1 Señale por grado de importancia ¿Cuáles son las principales actividades económicas desarrolladas en la comunidad de Llaullini?

Código	Participante	Método de recolección de datos	Unidad de análisis
01	Representante Sub Alcaldía del MD-9 Zongo	Entrevista	<ul style="list-style-type: none"> “en 1er lugar la Ganadería, la 2da. Generación de energía eléctrica, 3ra Turismo”
02	Representante GAM - LP	Entrevista	<ul style="list-style-type: none"> “en 1er lugar la Ganadería, la 2da. Generación de energía eléctrica, 3ra Turismo”
03	Representante GAD - LP	Entrevista	<ul style="list-style-type: none"> “en 1er lugar la Minería, la 2da Turismo, 3er lugar la Generación de energía eléctrica”

Fuente: Elaboración propia

Los datos de la tabla N° 1 identifican las principales actividades económicas de la comunidad de Llaullini, donde según las instituciones del GAM-LP y la Sub alcaldía MD-9 identifican al turismo como la 3ra actividad económica desarrollada en la región. Por otro lado el GAD-LP indica que el turismo es la 2da actividad más importante de la región.

Tabla N° 2 ¿Considera que las actividades vinculadas al turismo son económicamente importantes para la comunidad de Llaullini?

Código	Participante	Si	Unidad de análisis
01	Representante Sub Alcaldía del D-9 Zongo	Si	<ul style="list-style-type: none"> “es una alternativa más para tener ingresos, pero no es la solución a los problemas existentes en el sector” “porque existe flujo turístico y existen personas que trabajan prestando servicios turísticos”
02	Representante GAM - LP	Si	

¿POR QUÉ?

03	Representante GAD - LP	Si		<ul style="list-style-type: none"> • "genera empleos directos e indirectos"
Fuente: Elaboración propia				

En cuanto a la importancia del turismo como actividad económica las tres instituciones identifican ciertos puntos que muestran la importancia percibida por la comunidad. En ese entendido las mismas refieren que "es una alternativa para tener ingresos económicos", pues el turismo "genera fuentes de trabajos directos e indirectos". Ya que "existe flujo turístico". Ante este panorama las instituciones señalan que las actividades vinculadas al turismo si son económicamente importantes para la comunidad de Llaullini. Esta misma información se presenta en la tabla N° 2.

Tabla N° 3 Señale ¿Qué porcentaje de la población trabaja en las siguientes actividades económicas?

Código	Participante	Actividad económica	Unidad de análisis
01	Representante Sub Alcaldía del MD-9 Zongo	Minería	7% del total de la población
		Generación de energía eléctrica	20% del total de la población
		Turismo	13% del total de la población
		Ganadería	53% del total de la población
		Otra	7% del total de la población
02	Representante GAM - LP	Minería	7% del total de la población
		Generación de energía eléctrica	53% del total de la población
		Turismo	7% del total de la población
		Ganadería	26% del total de la población
		Otra	7% del total de la población
03	Representante GAD - LP	Minería	30% del total de la población
		Generación de energía eléctrica	15% del total de la población
		Turismo	40% del total de la población
		Ganadería	5% del total de la población
		Otra	10% del total de la población
Fuente: Elaboración propia			

Los datos de la tabla N° 3 muestra la información que cada institución tiene sobre la ocupación laboral de los habitantes de la comunidad de Llaullini. El GAM-LP señala que solamente 7% de la población tiene como actividad económica el turismo, e identifica que la mayoría de la población se dedica al trabajo privado en la empresa generadora de energía eléctrica con el 53% entre los datos más importantes.

El GAD-LP señala que el 40% de la población tiene como actividad económica el turismo, seguidos por la actividad minera con el 30% entre los datos más sobresalientes.

Por otro lado la Sub Alcaldía del MD-9 Zongo identifica solamente el 13% de la población se dedica al turismo pues la mayoría tiene como actividad principal la ganadería con el 53%.

Tabla N° 4 ¿En qué ámbitos de la operación turística participan los habitantes de la comunidad de Llaullini? y ¿cuántas personas trabajan en este rubro?

Código	Participante	Ámbitos de participación	Unidad de análisis
01	Representante Sub Alcaldía del D-9 Zongo	Hospedaje Guiaje	<ul style="list-style-type: none"> “se desconoce el número exacto de trabajadores”
02	Representante GAM - LP	Hospedaje	<ul style="list-style-type: none"> “comunarios que son pequeños empresarios”
03	Representante GAD - LP	Guiaje Hospedaje Alimentación	<ul style="list-style-type: none"> “se desconoce el dato total”
Fuente: Elaboración propia			

En el ámbito de participación de la comunidad en la actividad turística las instituciones señalan que “se desconoce el número de personas que trabajan en turismo”, sin embargo las mismas identifican ciertos rubros en las que participa la

población, estos rubros son: el servicio de hospedaje, guiaje y el servicio de alimentación. Estos datos son presentados en la tabla N° 4

ÁMBITO SOCIAL

Nivel sociocultural

Tabla N° 5 ¿En qué aspectos cree que el turismo ha afectado al ambiente sociocultural en la comunidad de Llaullini?

Código	Participante	Impactos socio culturales + y -
01	Representante Sub Alcaldía del D-9 Zongo	+ "Ingresos personales" + "aporte económico en pro de la comunidad" - "construcción de refugios no planificados"
02	Representante GAM - LP	+ " generación de fuentes de trabajo" + "acceso a servicios básicos" - "nuevos hábitos de comportamiento" - "uso excesivo del atractivo"
03	Representante GAD - LP	+ "generación de fuentes de trabajo" + "aporte económico en pro de la comunidad" + "acceso a servicios básicos" - "pérdida de identidad cultural" - "hábitos nuevos de comportamiento"
Fuente: Elaboración propia		

La tabla N° 5 muestra los impactos que genera la actividad turística, todas la instituciones coinciden que el turismo genera impactos positivos y negativos al ambiente sociocultural.

Entre los efectos positivos tenemos los ingresos obtenidos, el aporte hacia la comunidad, la generación de empleos, el acceso a los servicios básicos.

Los impactos negativos generados son la construcción de refugios no planificados, los nuevos hábitos de comportamiento por parte de la población, el uso excesivo del atractivo y la pérdida de identidad cultural por parte de la población local.

Nivel educativo

Tabla N° 6 ¿Se tienen programas de capacitación turística implementadas en el destino Huayna Potosí, destinada a capacitar en este rubro a los miembros de las comunidades involucradas en turismo?

Código	Participante	Si	No
01	Representante Sub Alcaldía del D-9 Zongo	Si	
02	Representante GAM - LP	Si	
03	Representante GAD - LP	Si	
Fuente: Elaboración propia			

En el tema de capacitación turística y la existencia de programa para tal efecto, todas las instituciones señalan que si cuentan con programas de capacitación destinadas a las comunidades que incursionan en turismo. Estos datos se reflejan en la tabla N° 6.

Tabla N° 7 ¿Cada cuánto tiempo se realizan estos cursos de capacitación?

Código	Participante	Unidad de análisis
01	Representante Sub Alcaldía del D-9 Zongo	<ul style="list-style-type: none"> “la APDLPM ha realizado la capacitación entre los años 2012 - 2013 en las comunidades aledañas”
02	Representante GAM - LP	<ul style="list-style-type: none"> “la capacitación fue realizada en tres meses” “3 meses de cursos de sensibilización” “3 meses de cursos de guiaje en gestión ambiental”
03	Representante GAD - LP	<ul style="list-style-type: none"> “programa de capital de capacitación turística 2016, propuesta nueva”
Fuente: Elaboración propia		

Los datos de la tabla N° 7 refleja que la capacitación se hizo entre los años 2012 - 2013 esto según la Sub Alcaldía del MD-9 y la institución encargada de la misma fue la APDLPM. Así mismo el GAM LP señala que la capacitación fue realizada en tres meses, así mismo tres meses de cursos de sensibilización y tres meses de cursos de guiaje en gestión ambiental.

El GAD LP trabaja en el programa de capital de capacitación turística 2016, esta es una nueva propuesta.

ÁMBITO AMBIENTAL

Tabla N° 8 ¿En el destino turístico Huayna Potosí existe tratamiento de residuos sólidos y líquidos promovidos por esta institución?

Código	Participante	No		Unidad de análisis
01	Representante Sub Alcaldía del D-9 Zongo	No	¿POR QUÉ?	<ul style="list-style-type: none"> • "se realizan campañas de limpieza promovidas por la misma comunidad"
02	Representante GAM - LP	No		<ul style="list-style-type: none"> • "la comunidad y la compañía eléctrica realizan la limpieza"
03	Representante GAD - LP	No		<ul style="list-style-type: none"> • "no hay planificación del impacto ambiental de la contaminación causada por el turismo"
Fuente: Elaboración propia				

En el tema de tratamiento de residuos sólidos y líquidos, la tabla N° 8 muestra que las instituciones no promueven las mismas, pues señalan que la comunidad de Llaullini y Compañía Boliviana de Energía Eléctrica COBEE se encarga de realizar dichas campañas y que además, no existe una planificación del impacto ambiental causada por el turismo.

ÁMBITO PROMOCIÓN Y FOMENTO AL TURISMO

Tabla N° 9 ¿Cómo promociona las actividades turísticas realizadas en el destino Huayna Potosí?

Código	Participante	Unidad de análisis
01	Representante Sub Alcaldía del D-9 Zongo	<ul style="list-style-type: none"> • "ferias turísticas" • "redes sociales"
02	Representante GAM - LP	<ul style="list-style-type: none"> • "material gráfico e informativo" • "ferias turísticas"
03	Representante GAD - LP	<ul style="list-style-type: none"> • "redes sociales" • "revistas especializadas" • "material gráfico e informativo"
Fuente: Elaboración propia		

En el Ámbito de promoción y fomento al turismo las instituciones señalan que la promoción de atractivo turístico se los realiza mediante ferias turísticas y redes sociales esto en el caso de la Sub Alcaldía del D-9 Zongo EL GAM-LP realiza la promoción mediante material gráfico e informativo y ferias turísticas. El GAD-LP realiza la promoción mediante redes sociales, revistas especializadas y material gráfico e informativo. Información reflejada en la tabla N° 9.

ÁMBITO ACCIONES PARA MEJORAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Tabla N° 10 ¿Qué planes, programas o proyectos realiza la institución en pro del fortalecimiento de los destinos de montaña en la actualidad?

Código	Participante	Unidad de análisis
01	Representante Sub Alcaldía del D-9 Zongo	<ul style="list-style-type: none"> • "gestiones para el ingreso del carro basurero" • "se tiene la propuesta de un plan de desarrollo turístico"
02	Representante GAM - LP	<ul style="list-style-type: none"> • "proyectos de fortalecimiento del área" • "Proyecto de infraestructura" • "capacitación y conformación de la asociación"
03	Representante GAD - LP	<ul style="list-style-type: none"> • "no se realizaron proyectos en estas últimas gestiones"
Fuente: Elaboración propia		

La tabla N° 10 muestra las acciones realizadas por las instituciones para la mejora de la actividad turística en los destinos de montaña. La Sub Alcaldía del D-9 Zongo realizó gestiones para el ingreso de un carro basurero y la propuesta de un plan de desarrollo turístico. El GAM – LP realizó proyectos de fortalecimiento del área, proyectos de infraestructura y la capacitación y la conformación de la asociación de prestadores de servicios. El GAD – LP no realizó proyectos en las últimas gestiones.

Tabla N° 11 ¿Cuánto de presupuesto tiene su institución, y cuánto del mismo se destina a la ejecución de los proyectos mencionados anteriormente?

Código	Participante	Unidad de análisis
01	Representante Sub Alcaldía del D-9 Zongo	<ul style="list-style-type: none"> • "como institución no se tiene presupuesto"
02	Representante GAM - LP	<ul style="list-style-type: none"> • "60.000 Bs capacitación y formación de la asociación" • "100.000 Bs. infraestructura y equipamiento el 2006"
03	Representante GAD - LP	<ul style="list-style-type: none"> • No responde
Fuente: Elaboración propia		

En el ámbito de recursos económicos con las que cuenta cada institución los resultados se muestran en la tabla N° 11, la Sub Alcaldía del D-9 Zongo no cuenta con presupuesto para la elaboración y ejecución de proyectos. El GAM-LP en el 2006 invirtió aproximadamente 160.000 Bs. en capacitación, infraestructura y equipamiento. El GAD-LP simplemente no responde la pregunta.

Tabla N° 12 Indique ¿Qué medidas se tomaron en el pasado que coadyuvaron al desarrollo de destino Huayna Potosí?

Código	Participante	Unidad de análisis
01	Representante Sub Alcaldía del D-9 Zongo	<ul style="list-style-type: none"> • "construcción de infraestructura y equipamiento" • "conformación de la asociación turística existente"
02	Representante GAM - LP	<ul style="list-style-type: none"> • "el GAMLP ha suspendido los proyectos sectoriales"
03	Representante GAD - LP	<ul style="list-style-type: none"> • "promoción de actividades de escalada 2013" • "conformación de la nueva asociación de guías de montaña"
Fuente: Elaboración propia		

La tabla N° 12 señala las medidas tomadas en el pasado para el desarrollo del destino Huayna Potosí, la Sub Alcaldía del D-9 Zongo identifica la construcción de infraestructura y equipamiento y la conformación de la asociación existente en la actualidad. El GAM-LP ha suspendido los proyectos sectoriales. El GAD-LP señala que se hizo promoción de la escalada y la conformación de la nueva asociación de guías de montaña.

Tabla N° 13 Señale ¿Cuáles son los proyectos prioritarios identificados por la institución, que coadyuven el fortalecimiento de los destinos de montaña, como el Huayna potosí? (a futuro)

Código	Participante	Unidad de análisis
01	Representante Sub Alcaldía del D-9 Zongo	<ul style="list-style-type: none"> • "no se tiene proyecto a futuro" • "todo está en base a los resultados de la II cumbre para el desarrollo turístico de La Paz maravillosa"
02	Representante GAM - LP	<ul style="list-style-type: none"> • "ordenamiento turístico territorial" • "mejoramiento de calidad de servicios turísticos"
03	Representante GAD - LP	<ul style="list-style-type: none"> • "reactivación del Concejo Departamental de Turismo "
Fuente: Elaboración propia		

La tabla N° 13 identifica los proyectos prioritarios que realizan las entidades consultadas, en ese entendido la Sub Alcaldía del D-9 Zongo señala que todo está en base a los resultados de la II cumbre para el desarrollo turístico de La Paz maravillosa. El GAM-LP señala que un ordenamiento turístico y mejorar la calidad de los servicios es prioridad. Por último el GAD-LP señala que se debe reactivar el Concejo Departamental de Turismo como acción primordial.

5.4 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS CON EL PRIMER INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN (Cuestionario dirigida a la población)

ACTIVIDAD DEL ANDINISMO

Para poder corroborar el grado de aporte que realiza el Andinismo se realizó una categorización, es decir se agrupó toda la información obtenida en categorías³⁸, en ese entendido se establecieron las siguientes: Actividad económica principal, ámbitos de participación, importancia de la actividad, ingresos generados, empleos generados.

Actividad económica principal

La categoría actividad económica principal nos muestra que el Andinismo no es considerada como tal, pues como lo muestra el cuadro n° 12 la actividad ocupa la segunda posición, porque son muy pocas las personas que se dedican a esta actividad económica.

El turismo viene es una actividad económica alternativa para algunos pobladores locales que apuestan por ella.

Ámbitos de Participación

La población participa en la operación turística de la siguiente manera, el 11,6% participa prestando servicios de hospedaje, el 10% servicios de alimentación, el 8,3% como guías locales, en resumen solamente el 30% de la muestra participa en

³⁸ Es un conjunto de elementos que tienen una o más características esenciales en común.

la operación turística. El dato más sobresaliente lo señalan aquellos que mencionan que no participan en la operación turística alcanzando éstos el 70%.

En cuanto a las condiciones laborales el 65% indica que trabajan en la prestación de servicios más de 12 horas diarias y se dedica a la actividad toda la semana sobre todo en temporada alta

Importancia de la actividad turística

La categoría importancia de la actividad turística señala que el 41,6% de los consultados considera al Andinismo como una actividad nada importante, ya que como actividad económica el aporte que realiza para el desarrollo de la comunidad es marginal, el mismo se basa en la generación de empleos temporales como la prestación de algunos servicios bien identificados los cuales son: servicios de hospedaje, servicios de alimentación y el guiaje local, se indica que son temporales pues la actividad del Andinismo responde a una estacionalidad marcada, a esto se suma la percepción de la población local respecto al aporte que realiza la actividad, pues solamente el 25% de los consultados refiere que el Andinismo realiza dicho aporte.

Ingresos obtenidos

Si bien en Andinismo no generó grandes impactos en el tema social si lo hizo en el ámbito económico, los datos del cuadro nº 20 señalan que los ingresos obtenidos por la prestación de los servicios anteriormente citados oscilan entre los 1.000 a 2.500 bolivianos dependiendo del ámbito de servicio. Estos datos no están muy lejos del sueldo básico estipulado por el Estado, más cuando los mismos se dan en el área rural.

DESARROLLO SOCIAL

Para analizar la parte del desarrollo social generado por la actividad turística del Andinismo se establecieron las siguientes categorías: aporte social, acceso a servicios básicos, efectos ambientales, efectos culturales.

Aporte social

Sobre el aporte del Andinismo al desarrollo social de la comunidad de Llaullini, la percepción de la población es la siguiente, el 68,6% señala que no percibe que el Andinismo haya contribuido al desarrollo de la comunidad, sin embargo señalan que los prestadores de servicios locales realizan un aporte económico mínimo y las autoridades locales realizan un cobro a todos los turistas que visitan el destino por el derecho de escalar el nevado, ambos montos permitieron construir un par de refugios comunitarios que a futuro prestaran servicios de hospedaje y los mismos serán administrados por la comunidad.

Por otro lado, solamente el 23,3% de la muestra participa directamente en la operación turística, la actividad solamente pudo generar tres tipos de empleo citados en las anteriores categorías. En cuanto a lo económico que siempre se vincula con lo social, los ingresos obtenidos por las personas que incursionaron en la actividad turística del Andinismo tuvieron mayores y mejores condiciones de estudio, acceso a la salud y una percepción de estatus social medio.

Esta categoría permite identificar cierta "molestia" entre la población local, pues la actividad del Andinismo como tal no pudo realizar un aporte significativo en pro del desarrollo social de la comunidad, ya que en la actualidad el Andinismo como actividad turística se desarrolla de manera empírica, es decir no se realiza la operación turística de forma profesional. Se llegará a ese nivel de profesionalización cuando se establezca una norma que respalde la actividad, donde se establezcan derechos y obligaciones de todos aquellos actores que participan en dicha operación y cuando las autoridades locales, regionales, municipales y estatales reconozcan la importancia que tiene esta actividad en términos de oferta y demanda.

Servicios básicos

El acceso a los servicios básicos sobre todo en el campo base es deficiente, en el mismo solo se tiene acceso a la luz eléctrica, no existe las redes de alcantarillado el servicio es remplazado por los pozos sépticos, no existe la conexión de agua

potable los operadores se dotan de este líquido elemento mediante riachuelos que existen alrededor y por último no se tiene acceso a la red de comunicación fija y/o móvil.

Pero esta situación solamente se ve en inmediaciones del campo base. Como lo muestran los datos de la encuesta a los pobladores locales, la mayoría de estos si gozan de estos servicios básicos el 66.6% lo señala así, en cuanto a la percepción que tienen respecto a que el turismo coadyuvó para el acceso de los mismos, el 70% de los consultados refiere que no.

Esta categoría permite establecer las grandes diferencias que existen entre el área urbana y rural, y difiere de manera notoria la política de desarrollo planteada por el Estado "el vivir bien", pues es inconcebible pensar que las poblaciones cercanas a los grandes reservorios de agua dulce carezcan de este líquido elemento, y además no tengan acceso a la luz eléctrica que se genera aprovechando las hidroeléctricas instaladas en las vertientes de ríos cercanos a la cordillera.

Efectos ambientales

En los datos vertidos por el cuestionario se observa que el 48,3% de los consultados indica que el destino se encuentra muy contaminado, un dato que no difiere de la realidad pues en la actualidad en el Destino cordillera no se cuenta con un plan de gestión de residuos.

La contaminación producida por el turismo despertó la iniciativa de realiza el "tratamiento de residuos" tanto líquidos como sólidos por parte de la comunidad, los operadores locales, y la empresa privada. Los datos obtenidos identifican a tres instituciones que cooperan a la realización de esta tarea, por un lado se encuentra la Alcaldía Municipal de La Paz, los operadores locales y la empresa privada COBBE.

En cuanto a los cambios que produjo el turismo en el comportamiento de la flora y la fauna en el destino los consultados señalan que no existen muchos cambios, la fauna típica del lugar se mantiene y la flora se conserva.

Así mismo los consultados identifican ciertos efectos positivos que ha generado el Andinismo como actividad, la valoración de la montaña tanto por visitantes como los habitantes locales ocupa el primer lugar, seguida por algunas acciones de conservación y por último la conservación de flora y fauna.

Entre los efectos negativos se identifican a la contaminación de suelos (desechos sólidos) y la contaminación de aguas (desechos líquidos).

El análisis de esta categoría nos lleva a la conclusión establecer un plan que permita minimizar los efectos negativos y maximizar los efectos positivos, en ese entendido surge la necesidad de proteger a las montañas a través del nombramiento de áreas protegidas o parques nacionales, esto permitiría regular las actividades desarrolladas en las mismas y establecer ciertas acciones en pro de su conservación (elaboración de un plan de manejo, plan de ordenamiento territorial, gestionar el riesgo etc.).

Efectos culturales

La categoría efectos culturales muestra aquellos problemas que fueron producidos por la actividad turística en el destino, los habitantes locales identifican los siguientes: la pérdida de identidad cultural, los hábitos nuevos de comportamiento y los gustos nuevos adquiridos, producido por el encuentro de culturas distintas, generalmente estos fenómenos son más notorios entre la población joven.

Los efectos positivos identificados por la población está relacionados con los cursos de capacitación realizados en el destino, los mismos fueron realizados por el GAM LP y ENSA. La primera capacitó a pobladores interesados en el ámbito de atención al cliente y manipulación de alimentos y la segunda se encargó de realizar cursos de formación de guías de montaña.

5.5 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS CON EL SEGUNDO INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN (Cuestionario dirigido a los guías de montaña)

Actividades turísticas principales

Los datos vertidos por el segundo instrumento de recolección de información identifican tres actividades turísticas desarrolladas en el Huayna Potosí, el Andinismo como principal actividad la misma se fusiona con el Trekking y en menor medida con el esquí.

El Andinismo como actividad generadora de flujo turístico, está inmersa en el producto Huayna Potosí, a la misma se integra el Trekking pues la misma es una actividad que sirve para el proceso de aclimatación mencionado por los guías de montaña, ya que los datos señalan que el 66,6% de los guías realizan esta actividad antes de realizar cumbre.

Se hace necesario integrar actividades turísticas similares, esto permitiría ampliar la estadía promedio en el destino e incrementaría el gasto producido. Investigando se pudo identificar que solo en Bolivia los turistas que practican escalada encuentran la montaña muy cerca de la grandes urbes, un punto débil desde nuestro punto de vista pues en otros países tanto del continente americano como el asiático por normativa se debe realizar un Trekking de 5 a 10 días para acceder a la montaña.

Exigencias para la práctica del Andinismo

De acuerdo al instrumento se identifican tres exigencias básicas requeridas para la práctica del Andinismo, la primera referida a los conocimientos de técnicas de escalada, las mismas permiten minimizar los riesgos en la montaña ante cualquier eventualidad producida antes, durante y después del ascenso a cumbre.

La segunda exigencia implica la preparación física y Psíquica es decir la preparación del cuerpo y la mente, que permite la adaptación del cuerpo humano a las

condiciones climáticas del entorno de la montaña, de la misma manera la preparación de la mente permite la toma de decisiones ante situaciones imprevistas.

La tercera exigencia tiene que ver con el equipo técnico requerido y su uso del mismo, en nuestra región existen tiendas especializadas donde se pueden adquirir dicho equipo, de la misma manera existen agencias de viajes que alquilan los mismos. Sin embargo se tienen falencias en el uso, pues no se cuentan con espacios como ser palestras de escalada, personal técnico que realice cursos prácticos para el uso adecuado del equipo etc., a pesar de tener la Federación de Esquí y Andinismo, el Club Andino Boliviano que son instituciones deberían fomentar la práctica de esta actividad, tanto en turistas nacionales como extranjeros.

Formación de los Guías

Se identifican a dos entidades formadoras de guías de alta montaña la AGMTB y ENSA, la primera una institución boliviana y la segunda francesa, la formación se basa en los criterios anteriormente mencionados.

Según los datos de la investigación se identifican tres niveles de formación, el guía de montaña internacional, el aspirante a guía de montaña y el guía en pre formación, en la actualidad todos operan en el destino.

Agencias operadoras externas

Según el instrumento se identifica más de 16 agencias de viajes que operan el turismo de montaña, sin embargo las mismas no operan todo el año pues la actividad es estacional. El 60% de los consultados indica que de las agencias identificadas 5 operan todo el año las mismas son especialistas en turismo de montaña. Ante este panorama se hace necesario diversificar la oferta en los destinos de montaña ya que en la actualidad el montañismo abarca una serie de actividades tanto en alta montaña como en media montaña, esto permitiría mitigar la rigidez de la oferta en el destino.

Operadoras locales

En la actualidad existen alrededor de 8 operadores locales que en su mayoría se dedica a la prestación de servicios de hospedaje, de las cuales 6 son emprendimientos privados y 2 comunitarios, en la actualidad de los 6 emprendimientos privados solamente 4 reciben flujo turístico, pues se tienen alianzas con agencias en la ciudad de La Paz y 2 se encuentran en proceso de construcción. Los emprendimientos comunitarios tienen muchas dificultades en su administración porque no cuentan con alianzas con los operadores externos, generalmente ofrecen sus servicios cuando el turista llega al destino.

La importancia de profesionales especializados y personal capacitado en turismo de montaña es fundamental para el mejoramiento en la prestación de servicios turísticos en el destino, ya que los mismos permitirían gestionar la actividad del turismo.

Demanda

El 60% de los consultados señala que en temporada alta hasta 15 grupos por día escalan el nevado Huayna Potosí, con un promedio de tres turistas por grupo, esto coincide con los datos obtenidos con el libro de registro de la comunidad de Llaullini, sobre todo en temporada alta, así mismo el instrumento permitió identificar si existe flujo turístico en temporada baja, el 73,3% señala que en temporada baja hasta 3 grupos escalan el nevado, con el mismo promedio de turistas por grupo.

A pesar de contar con estos datos, es de vital importancia realizar un centro de registros que permita obtener datos oficiales no solamente del Huayna Potosí sino en toda la cordillera Real a través de la identificación de los puntos de ingreso al Destino Cordillera.

Oferta

La oferta en el destino se basa en la prestación de servicios de hospedaje, alimentación, realización de actividades como el Andinismo, el Trekking y el esquí y el servicio de guías de montaña locales.

En el tema de transporte el 86,6% de los consultados señala que las agencias de viajes contratan el servicio de transporte privado donde los taxis, minibuses y jeeps 4x4 son los más requeridos, pues el transporte público es mínimo.

El servicio de alimentación está a cargo de cocineros y ayudantes de cocina capacitados que las diferentes agencias de viajes contratan para realizar una expedición que generalmente son habitantes locales que radican en algunos pueblos cerca del Huayna Potosí.

En el tema del guía de montaña la mayoría de las agencias contrata un guía de montaña UIAGM especialmente aquellos que trabajan con grupos especiales, y en menor porcentaje se contratan a guías en formación y guías locales.

Señalar que el Huayna Potosí es uno de los destinos productos donde el turista puede encontrar los servicios mencionados, ya que es la montaña más ascendida a nivel Bolivia.

Infraestructura turística

Durante este periodo de tiempo los guías de montaña identifican 3 mejoras en cuanto a infraestructura se refiere, la primera tiene que ver con la construcción de refugios de montaña, la segunda reflejada en la señalización turística y por último la mejora del camino que conecta la ciudad de La Paz con el destino.

Proyectos prioritarios

Los guías de montaña identifica ciertos proyectos que deben ser prioritarios para el desarrollo del destino, los proyectos carreteros se encuentran en primer lugar, seguidos por la capacitación de recursos humanos para la prestación de servicios de

calidad y por último la dotación de servicios básicos a las comunidades aledañas a los nevados.

Una dato preocupante lo señalan la mayoría de los guías de montaña pues no ven necesaria una reglamentación de las actividades turísticas realizadas en del destino cordillera, cuando una norma es la base para la protección de estos ecosistemas tan frágiles ya que la misma establecería derechos y obligaciones en la operación turística.

Condición de trabajo del guía

Según los datos obtenidos un guía de montaña realiza la escalada 3 veces a la semana en temporada alta, esto indica que los mismos tienen muy poco tiempo para recuperarse físicamente.

El cobro que realizan por ascenso oscila entre los 50 a 70 dólares dependiendo de la temporada y solamente los guías UIAGM cobran de 80 a 100 dólares por expedición.

En cuanto al seguro de vida que debería tener el 100% señala que no lo tienen, pues las agencias de viajes no les dotan de las mismas y lo que es peor aún las entidades aseguradoras no quieren brindar este servicio, ya que consideran a la actividad del Andinismo como muy peligrosa.

Ante estas condiciones laborales es necesario regular la actividad del Andinismo, pues esto permitiría mejores condiciones para todos los sectores que intervienen en la operación turística de esta actividad.

Estructura de costos

Los datos reflejados por el instrumento señalan que del 100% del costo de un paquete organizado al Huayna Potosí oscila entre los 1000 a 2500 bolivianos, dependiendo de la temporada y el tipo de grupo, el monto se desglosa de la siguiente manera: el 15% se destina al servicios de hospedaje, el 10% al transporte, el 10% a la alimentación, el 20% al servicio de guiaje, un 5% otros gastos y el restante 40% es para la agencia de viajes.

Esto nos indica que la agencia de viajes se queda con el mayor porcentaje de la estructura de costos.

5.6 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS CON EL TERCER INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN (Entrevista para autoridades del ámbito turístico)

Actividades económicas

La entrevista permitió identificar las actividades económicas más importantes desarrolladas en el destino, la ganadería es la principal actividad económica en el destino, seguida por la generación de energía eléctrica, en la tercera posición se encuentra el turismo.

La falta de información sobre la actividad turística hacen que exista ciertas diferencias entre los datos brindados por el GAM LP y el GAD LP, pues estas instituciones tienen percepciones diferentes sobre la actividad turística, sin embargo coinciden en señalar que el turismo es una alternativa económica, porque genera empleos directos e indirectos de los cuales se beneficia la población local ya que existe flujo turístico considerable.

Sin embargo es necesario realizar un registro que permita conocer el impacto económico-social producido por el turismo, pues la mayoría de los habitantes se dedican a la ganadería a pequeña escala, seguidos por aquellos que son empleados de la empresa privada COBEE y una pequeña parte de la población se dedica al turismo a través de la prestación de algunos servicios.

Ámbitos de participación

Como se había establecido en los anteriores instrumentos la población de Llaullini participa en turismo en los siguientes ámbitos hospedaje, alimentación y guiaje local. Donde la prestación del servicio de hospedaje es la más importante pues existen varios refugios tanto de iniciativa privada como comunitaria.

Efectos producidos

Sin lugar a duda todas las actividades producen efectos y el turismo no es la excepción, los entrevistados identifica tanto efectos positivos como negativos, ante esta realidad es necesario maximizar los efectos positivos y minimizar los negativos, entre los efectos positivos tenemos la generación de empleo, el aporte que realizan los operadores locales entre los más importantes.

Los efectos negativos palpables son la proliferación de refugios sin tomar encuentra la capacidad de carga y el impacto ambiental que producen, el uso excesivo del atractivo y la pérdida de identidad cultural.

Programas de capacitación

Todas las instituciones entrevistadas realizaron cursos de capacitación orientadas a la prestación de servicios turísticos, al guiaje local y la gestión ambiental. En la actualidad los cursos estarán sujetos al desarrollo del área metropolitana de La Paz. Los cursos de capacitación realizados en el destino permitieron mejorar la calidad en la prestación de servicios turísticos como lo señalan los pobladores locales.

Gestión de residuos

En el ámbito ambiental algunas instituciones realizaron pequeñas tareas que coadyuvan a la conservación ambiental del destino, la más importante es la campañas de limpieza que se realiza gracias a iniciativa de la comunidad y el apoyo de la empresa privada.

Ante este panorama es necesario realizar una planificación del impacto ambiental para minimizar el mismo.

Promoción y fomento al turismo

Las instituciones realizan diferentes tareas para promocionar el destino, entre las cuales se destacan las ferias turísticas de gran convocatoria, materiales de promoción - difusión y el uso de las redes sociales como herramienta de promoción.

Se hace necesaria buscar otros canales que permitan difundir el potencial turístico de la cordillera Real a través del uso de las nuevas tecnologías.

Acciones y mejoras

Solamente el GAM LP ha realizado inversiones en el destino con la construcción del Khunu Uta y los cursos de capacitación realizados, la sub alcaldía del MD-9 no cuenta con recursos económicos y el GAD LP alude cuando se menciona el tema.

Las acciones realizadas no son suficientes pues el turismo en el destino se ha incrementado de acuerdo a los datos obtenidos con los demás instrumentos. Así mismo se señala que las acciones a futuro están en base a los resultados de la II cumbre para el desarrollo turístico de La Paz Maravillosa desarrollada en la gestión presente.

CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El estudio realizado logró cumplir con los objetivos planteados en el primer capítulo del mismo, para tal efecto a continuación se presentarán las siguientes conclusiones:

6.1 CONCLUSIONES

6.1.1 LOGRO DEL OBJETIVO GENERAL

- Determinar en qué grado el Andinismo coadyuva al desarrollo social de la comunidad de Llaullini próxima al nevado Huayna Potosí.

Según el estudio realizado se pudo establecer que la actividad del Andinismo no pudo coadyuvar al desarrollo social de la comunidad de Llaullini de manera notoria, pues el grado de aporte que realiza para el desarrollo social de la comunidad es marginal, se sostiene esta premisa porque solamente el 12% (18 personas) del total de los habitantes (146 habitantes) tienen como principal actividad económica la prestación de servicios turísticos en el Huayna Potosí, sin duda un porcentaje bajo. El 88% restante se dedican a otras actividades económicas desarrolladas en la región, según los datos cualitativos obtenidos, la actividad turística ocupa la tercera posición dentro de las actividades económicas realizadas en la región.

En el ámbito económico, los ingresos totales generados por la actividad del Andinismo en el Huayna Potosí se desconocen, pues no se pudo acceder a esa información, pero se debe señalar que en el destino se realiza un cobro de 25 bolivianos por turista, monto por el derecho de escalada al nevado, el mismo es un cobro indebido y respaldado solamente por la comunidad local y no así por instancias gubernamentales, municipales y regionales.

Así mismo los refugios asentados en el destino realizan anualmente un aporte en pro de la comunidad, el monto se desconoce ya que los administradores no mencionan el mismo. Según el señor Jimmy Llusco Secretario General de la comunidad de Llaullini los recursos reunidos no tienen gran impacto social, pues solamente se pudo

invertir los mismos en la construcción de dos refugios comunales que se encuentra en construcción.

En el ámbito social, el 68,3% (41 personas) de los consultados indica que no existen mejoras sociales promovidas por el Andinismo, pues esta actividad es más un negocio de algunas familias de la comunidad, es más, las instituciones como el GAD LP no realizan el mantenimiento del camino principal a pesar de ser una de sus atribuciones, pues señalan que esta es una ruta poco transitada. El turismo como actividad económica a comparación con otros sectores económicos no ha coadyuvado para que la comunidad de Llaullini acceda a los servicios básicos, las autoridades municipales y regionales no consideran que el turismo en el destino sea una actividad importante ya que señalan que muy pocas personas se dedican a la prestación de servicios turísticos, y como ellos menciona es una alternativa más para diversificar la economía de la región, pero no es la solución a los problemas existentes en la zona.

Sin embargo estas instituciones no analizan la parte de la demanda que se incrementa y posee gran capacidad de gasto.

6.1.2 LOGRO DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer en que actividades de la operación turística del destino – producto Huayna Potosí, participa la población local.

Con la información obtenida mediante los instrumentos de recolección de datos se pudo establecer que la población local participa en tres ámbitos de la operación turística los cuales son: la prestación de servicios de hospedaje, los servicios de alimentación y el guiaje local, todos estos se enmarcan al nivel operativo y a la vez están sujetos a la estacionalidad del turismo de montaña.

Los empleos generados por la actividad turística son más cómodos de realizar a comparación con otros generados por otras actividades, sin embargo se requiere tener un elevado capital para incursionar en el mismo, y además se tiene la disyuntiva de analizar los costos de oportunidad.

- Identificar las mejoras físicas de infraestructura y de servicios sociales que se han producido en Llaullini, por la actividad turística del Andinismo.

Como se había señalado anteriormente el Andinismo no ha promovido mejoras en la infraestructura de la comunidad, el 68,3% de los consultados (41 personas) indica esto. Las autoridades encargadas del turismo solamente han realizado pequeñas tareas como ser, la señalización de la ruta principal (GAM LP), la construcción de un refugio (GAM LP) que actualmente no presta servicios turísticos.

Esto a raíz de que no cuentan con recursos económicos necesarios para implementar obras de gran impacto, así lo mencionan la mayoría de los entrevistados. Otro factor identificado es la carencia de recursos humanos especializados en el tema, sin lugar a duda ¿cómo mejorar la actividad del Andinismo si se desconoce cómo funciona la misma?, se hace necesaria elevar el Andinismo hacia una profesionalización donde se complemente el conocimiento científico y la práctica de la actividad.

Así mismo el cobro de ingreso a la zona y el aporte que realizan los operadores locales, solamente sirvieron para construir un par de refugios comunales que serán administrados por la misma comunidad, estas estructuras se encuentran en proceso de construcción tanto en campo base como en campo alto.

Por último el desconocimiento total de la operación turística del Andinismo en la región, tanto por entidades municipales, regionales y las mismas universidades que a paso lento van generando conocimiento nuevo, es necesario entender y conocer la operación turística como un sistema que reúne una serie de elementos con un solo objetivo, elevar al Andinismo a una profesionalización.

- Determinar la percepción de la población de Llaullini respecto a la mejora de su bienestar, a raíz del Andinismo.

En cuanto a la percepción que se tiene con respecto a la mejora del bienestar de los habitantes locales, se debe señalar que como se había mencionado con anterioridad la mayoría de la población no participa de la actividad turística de manera directa,

sin embargo, la comunidad como tal se beneficia mínimamente con el aporte realizado por los operadores asentados en el destino como se había mencionado.

Además se debe resaltar que las personas que incursionaron en la prestación de servicios turísticos para la actividad del Andinismo mejoraron en alguna medida su calidad de vida, los mismos señalan que su nivel de instrucción, el acceso a la salud y su estatus social han mejorado gracias a los recursos económicos generados por la prestación de servicios turísticos, que asimismo permitió realizar inversiones para dotarse de servicios básicos que satisfagan mínimamente sus necesidades.

La mayoría de estas personas mencionan que el turismo les ha permitido vivir dignamente a comparación con otras personas que no pudieron incursionar en dicha actividad, una clara evidencia son las diferencias existentes entre las viviendas de las personas que incursionaron en turismo y las que no tuvieron la oportunidad de hacerlo.

Como se ha podido apreciar las personas que han incursionado en turismo sostienen que el turismo puede contribuir mucho al desarrollo de su comunidad y así mismo al mejoramiento de la calidad de vida de las personas que deseen incursionar en esta actividad.

6.2 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Luego de haber estudiado en todo este tiempo sobre el Andinismo y su impacto en el desarrollo social de la comunidad de Llaullini desde el año 2011 a la fecha, se puede acotar que la hipótesis:

"El Andinismo en el Huayna Potosí tiene un elevado impacto en el desarrollo social de la comunidad de Llaullini".

Que fue planteada al inicio del estudio se rechaza, pues los resultados obtenidos muestran que la actividad del Andinismo solamente beneficia al 29,9% (18 personas) del total de la muestra y no así a la mayoría de la población local.

Es decir, el Andinismo en el Huayna Potosí es un negocio solamente para las personas que invirtieron en la construcción de algunos refugios y/o trabajan en el rubro y los beneficios que obtienen solamente son para los privados, las agencias de viajes, refugios, guías y un par de rubros a fines a la actividad.

A pesar de que la Cordillera Real es identificada como destino prioritario por el Viceministerio de turismo a nivel Estatal. A nivel departamental La Paz reconocida como "Capital del Andinismo" mediante Decreto Departamental N° 018 del año 2011 entre los reconocimientos más importantes. No se han realizado proyectos importantes o de magnitud. El Decreto Departamental N° 018 tenía el objetivo de potenciar la actividad turística en la región y coadyuvar el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de alta montaña y sus alrededores.

El Estado, el Gobierno Departamental de La Paz y el Gobierno Municipal no realizan inversiones grandes para mejorar las condiciones de las poblaciones anfitrionas, las entrevistas realizadas lo señalan así, pues las mismas carecen de recursos económicos, desconocen las características de la operación turística y carecen de recursos humanos especializados etc.

Por una parte el GAM LP ha realizado pequeños proyectos que no tuvieron resultados positivos, ya que ellos desconocen cómo se realiza la operación turística en el destino, la Subalcaldía MD-9 solamente puede generar propuestas que a la larga pasan a ser archivadas pues no cuentan con recursos económicos para ejecutarlas, el GAD LP no ha realizado ninguna acción para la mejora del destino pues no se tienen planes a largo plazo, y en el pasado esta institución se caracterizaba por la inestabilidad institucional que se tuvo en estos últimos años.

Si bien la demanda del turismo de montaña se ha incrementado y el Huayna Potosí es una de las montañas más escaladas a nivel mundial, los beneficios no se observan en el desarrollo social de la comunidad de Llaullini. Cuando se hace referencia al desarrollo social esta nos indica que una comunidad desarrollada se

caracteriza por satisfacer las necesidades básicas de sus miembros y así mejorar su calidad de vida.

El Andinismo como actividad turística que se desarrolla en la región cordillerana, no ha podido llegar a establecer aquel compromiso social que deben poseer las operadoras, el sector privado, público y todos aquellos que se benefician con la operación turística en el Destino Cordillera, le encuesta realizada indica que el 70% de los consultados refiere que el Andinismo no coadyuvo para el acceso a los servicios básicos pues las autoridades desconocen la importancia de esta actividad y no realizan gestiones para dotar de estos servicios a las comunidades.

A diferencia del turismo, otras actividades económicas desarrolladas en el destino realizan lo que hoy se denomina Responsabilidad Social Empresarial (R.S.E), un ejemplo claro la empresa privada COBEE la misma según los datos obtenidos ha sido la empresa que más beneficios ha realizado en pro de la comunidad, porque la misma ha dotado de energía eléctrica a la comunidad de Llaullini, ha coadyuvado en las gestiones para conexión de agua potable, así mismo realiza los trabajos de mantenimiento del camino principal para que este sea transitable durante todo el año etc.

Si bien la actividad del Andinismo no ha podido contribuir al desarrollo desde el ámbito social lo ha hecho desde el ámbito "económico", la encuesta realizada señala que los ingresos económicos de las personas que han incursionado en turismo oscilan entre los 1.000 a 1.500 Bs mensuales (ingresos de cocineras, guía locales y en formación), los prestadores de servicio de hospedaje cuenta con un ingreso entre los 1.501 a 2.000 Bs, y los guías de montaña UIAGM perciben un ingreso que oscila entre los 2.001 a 2.500 Bs. mensuales. Comparando los mismos con los sueldos de los que no trabajan en turismo se puede notar que se mantienen en el mismo rango, sin embargo las actividades generadas por el turismo son actividades más "fáciles" de desarrollar a comparación con las actividades generadas por otros sectores.

Por otra parte los operadores que no están asentados en el destino, no cuentan con una normativa que permita regular la actividad del Andinismo y así mismo les permita tener derechos y adquirir obligaciones para la operación turística, la carencia de una norma ha permitido que las empresas compitan deslealmente en el tema de precios, calidad de servicios, seguridad en el destino etc. factores que no permiten que el Destino Cordillera sea competitivo a nivel regional. Estos datos lo respaldan los mismos guías que trabajan en el destino, pues aseguran que por los menos entre el 40 – 50 % del precio de un paquete turístico va directamente en beneficio de los dueños de las agencias. La inexistencia de una reglamentación para el turismo de aventura imposibilita su desarrollo adecuado, más aun cuando mayoría de las agencias de viajes no ven necesaria dicha reglamentación, un dato que nos parece alarmante ya que solo en nuestro país el turismo de aventura se desarrolla sin una norma que la regule, es decir en la Cordillera Real se realiza un turismo de verdadera aventura.

En el ámbito ambiental se hace necesaria la realización de un estudio que establezca la capacidad de carga en el destino, pues la demanda como se había mencionado con anterioridad sea incrementado, este dato lo respaldan los mismos guías pues señalan que a diario el Huayna Potosí es escalado por 10 a 15 grupos y debemos recordar que un grupo está compuesto por 3 personas máximo, la masificación en la montaña causa varios problemas, entre ellas están la contaminación, los cambios en la demanda, la mercantilización de la montaña etc., temas que en otro escenario darían buenos resultados, sin embargo en la montaña los mismos podrían ser fatales.

Por otra parte los guías de montaña se ven desprotegidos por las leyes vigentes en nuestro país, ya que la mayoría señala que no son reconocidos como guías profesionales, las autoridades encargadas de este tema no han encontrado la manera de acreditarlos especialmente a los guías UIAGM, pues menciona que su acreditación tiene más valor a nivel internacional que a nivel nacional. De la misma

manera las agencias no los reconocen como trabajadores de planta y por esta razón no gozan de los beneficios que eso implica. A nivel salarial ellos mencionan que trabajando en el exterior ganan más y por esta razón algunos optan esta modalidad, además ellos no cuentan con un seguro de vida porque las aseguradoras no desean brindarles este servicio.

Los guías consideran también que el mayor aporte realizado por el Andinismo al desarrollo social de la comunidad de Llaullini, es el aporte que realizan los refugios y el cobro por el derecho a escalada realizado en el destino, pues las fuentes laborales generadas por la actividad son mínimas y las autoridades encargadas del ámbito turístico no realizan inversiones grandes para el desarrollo de los destinos. Los datos reflejados en la investigación no están muy lejos de la realidad del destino Huayna Potosí, sin embargo es necesario plantear soluciones ante esta realidad para contribuir al cambio que necesita este destino.

Ante este panorama negativo reflejado por la investigación y el aporte marginal que realiza la actividad del Andinismo para el desarrollo social de la comunidad de Llaullini, se hace necesario reflexionar ante lo siguiente:

Tabla N° 14 Aporte económico del Andinismo para el desarrollo social de la comunidad de Llaullini

Económico	1,3% aporte como actividad	98,6% Monto para la operación
Participación de la comunidad	12% participa en turismo	88% tienen otras actividades
Operadores Locales	Se desconoce el monto	Se desconoce el monto
Población beneficiada	29,9% se beneficia directamente	69,9% no se beneficia
Importancia del Andinismo	31,6% importante	68,2% nada importante
TOTAL ΣX	14,9%	64,4%
Fuente: Elaboración Propia		

En cuanto al aporte económico que realiza la actividad del Andinismo, el 1.3% representa 25 Bs del precio de un paquete mínimo que oscila entre 1.500 Bs, y el restante se divide entre la parte operativa y la ganancias que obtiene la agencia de viaje por dicha operación.

En cuanto a la participación de la comunidad solamente el 12% de la misma participa activamente en la prestación de algunos de los servicios identificados, es decir 18 personas de un total de 146 habitantes trabaja activamente en turismo.

Además se desconoce el monto de aporte que realizan los operadores locales anualmente hacia la comunidad, así mismo los operadores externos (agencias de viajes) ubicadas en las ciudades próximas no realizan ningún aporte.

Del total de la muestra solamente el 31,6% identifica al turismo como una actividad importante y que además beneficia a su comunidad.

El cuadro presentado muestra claramente que la actividad del Andinismo realiza un aporte mínimo y/o marginal en el ámbito económico, pues la diferencia entre 14,9% y 64,4% es significativa

Tabla N° 15 Aporte social promovidas por la actividad del Andinismo.

Mejoras sociales	31,5% existen mejoras	68,3% no existen mejoras
Cobro por ingreso	1.3% es el aporte directo	98,6% monto destinado a la parte operativa.
Servicios básicos	30% solo energía eléctrica	70% todos los servicios básicos
Trabajos generados	3 tipos de trabajo	Se desconoce
TOTAL ΣX	16,4%	59,2%
Fuente: Elaboración Propia		

En el ámbito social el panorama no sufre modificaciones, pues solamente el 31,5% indica que existen dichas mejoras, el cobro que se realiza y los aportes realizados por los operadores locales solamente sirvieron para construir un par de refugios que en la actualidad no prestan servicios turísticos.

En cuanto al acceso de los servicios básicos el 70% de la población cuenta con los mismos, el restante 30% solamente cuenta con el servicio de energía eléctrica y este último dato corresponde al total de prestadores de servicios turísticos (refugios).

La investigación identificó tres tipos de trabajo en el destino (administradores de refugios, cocineras y guías de montaña), los mismos que giran en torno a la familia.

Entonces el aporte en el ámbito social solamente alcanza un 16,4% frente al 59,2% que sostiene que dicho aporte es mínimo.

Tabla N° 16 Aporte ambiental - protección y conservación del destino

Contaminación	48,3% si existe	41,6% poca
Acciones de conservación	78,3% si existen	21,6% no existen
Cambio en flora y fauna	21,6% si existen cambios	5% no existen cambios
TOTAL ΣX	49,4%	22,7%
Fuente: Elaboración Propia		

Los destinos de montaña son muy frágiles en la actualidad pues se tiene el problema del calentamiento global, las montañas de la cordillera Real también son afectados por este problema. La contaminación es el mayor problema que se presenta en estos espacios, según los datos presentados el 48,3% señala que si existe contaminación en el destino.

Ante este panorama la comunidad, los operadores locales y en menor escala el municipio de La Paz han realizado pequeñas acciones, el 78,3% señala que se realizaron acciones de conservación.

La existencia de un flujo turístico considerable ha permitido cambios en el comportamiento de la flora y fauna el 21,6% lo indica así.

Ante este panorama señalamos que el aporte que realiza el Andinismo para la conservación y protección de los destinos de montaña es mínimo, pues en la actualidad existe contaminación, cambio en el comportamiento de flora y fauna y tareas muy mínimas para la protección del destino.

Todo lo presentado sustenta lo mencionado en las conclusiones de la investigación, el Andinismo ha realizado un aporte mínimo para el desarrollo de la comunidad de Llaullini ubicado en las proximidades del nevado Huayna Potosí, pues el grado de aporte es marginal.

La reflexión que emerge de la misma es establecer ¿qué medidas se deben tomar para cambiar esta realidad?

La presente investigación identificó ciertos factores y/o elementos que permitirían mejorar las condiciones de los destinos de montaña, las mismas se presentan a continuación:

Factores	Características
Generar políticas y Normas	La misma permitirá regular las actividades turísticas en los destinos de montaña, estableciendo derechos y obligaciones de todos los involucrados en la actividad turística.
Formación del Talento Humano	El talento Humano es el principal motor para el desarrollo de un destino, el mismo deberá ser especializado en todos sus niveles.
Investigación	El conocimiento permite la toma de decisiones para establecer cambios en los ámbitos donde se realiza el mismo, y es la base para la elaboración de proyectos, generar políticas etc.
Elaboración de proyectos	Los mismos preparan el entorno y son el soporte de la operación turística y necesariamente deben ser consensuados y elaborados con la participación de todos los involucrados en la operación turística.
Protección y conservación	En todo el mundo los lugares de montaña son nombradas áreas naturales o parques nacionales. Esto permite un constante monitoreo de las actividades realizadas, así mismo tener datos estadísticos útiles, establecer planes de

	seguridad y conservar los destinos de montaña.
Diversificar la ofertas	Diversificar la oferta permite terminar con la estacionalidad en los destinos de montaña, la misma deberá ser destinada a otros segmentos turísticos. El turismo de montaña engloba una serie de actividades.
Mayor protagonismo de las comunidades	La OMT señala que las comunidades deben ser protagonistas del turismo y de esta manera beneficiarse de esta actividad, en ese entendido el turismo de base comunitaria es la mejor alternativa para el desarrollo de las comunidades.

Estos factores identificados podrían mejorar el turismo de montaña y de esta manera beneficial al desarrollo social de las comunidades aledañas, sin embargo es necesario realizar investigaciones que sustente o refute dicha afirmación.

En ese entendido se hace necesaria la elaboración de otras investigaciones que permitan tener mejores conocimiento de la realidad del turismo de montaña en la cordillera Real. Es preciso formular diversas preguntas que orienten dichas investigaciones y así tener un mejor conocimiento sobre esta temática

6.3 RECOMENDACIONES

Se presentan las siguientes recomendaciones:

Las nuevas tendencias del turismo identificadas por la Organización Mundial del Turismo (OMT), señalan que las actividades de interés especial, el turismo de aventura y el turismo comunitario son las mejores opciones para el desarrollo turístico de los países sudamericanos, dentro de nuestro país se recomienda identificar o fortalecer estos lugares mediante la realización de proyectos (planes de desarrollo, ordenamiento turístico, infraestructura etc.), para que estas tipologías de turismo puedan desarrollarse de manera competitiva, que además beneficien a todos los sectores involucrados en la actividad y que coadyuven al desarrollo social de nuestro país.

Se recomienda trabajar en una reglamentación o norma del turismo de aventura que sea consensuada con los diferentes actores que intervienen en la operación turística del Andinismo, misma que regule el ámbito operativo, la seguridad, el ámbito social y ambiental. Como ejes principales de dicha norma.

A manera de sugerencia la mayoría de las normas que se están trabajando en los países vecinos, se inicia con la definición de términos, es decir se definen los términos fundamentales, donde se expresa conceptualmente las actividades realizadas en las montañas, vale decir que se entiende por Andinismo, Trekking, Hiking etc., esto permitirá comprender los términos utilizados en la reglamentación. Así mismo definir los términos técnicos generales, éstos hacen referencia a definir el significado de términos generales como accidente, riesgo, medio ambiente, grado de dificultad etc., que serán usados en la elaboración del reglamentación. Los términos específicos hacen referencia a términos propios usados en el montañismo, por ejemplo cordada, escalada en hielo, travesía etc., generalmente esta es la parte introductoria de una norma.

El cuerpo central se divide en ámbitos, el primer ámbito es el ámbito de la aplicación de las normas técnicas del turismo de aventura, dentro de este ámbito se expresa el objetivo de la misma e indica que instituciones se deben regir por la misma. El segundo ámbito es el ámbito general, el mismo generalmente se refiere a los requisitos mínimos que las operadoras, agencias de viajes deben cumplir para su funcionamiento, (ejemplo estar legalmente establecidas, contar con pólizas contra accidentes etc.). El tercer ámbito destinado a la comercialización, la misma expresa los requisitos comerciales mínimos que se deben cumplir, con el objeto de mantener prácticas comerciales responsables con el mercado, así mismo expresa los derechos y obligaciones comerciales que se tienen (ejemplo descripción de programas, formas de pago, recibir información por parte de sus clientes etc.). El cuarto ámbito es la de prestación de servicios, que establece requisitos a cumplir para la correcta atención al cliente y la prestación de un determinado servicio, así mismo, en este ámbito se establece las acciones de seguridad tanto para el cliente como para la agencia de viajes, (esta sección deberá ser lo más detallado posible, pues es el cuerpo principal de la norma). El quinto ámbito destinado a la parte de infraestructura y equipamiento que deberán cumplir mínimamente las operadoras y agencias de viajes, establece los requisitos mínimos en infraestructura y equipamiento para el desarrollo de una actividad, (ejemplo contar con equipos de comunicación portátiles, equipos técnicos para el personal etc.). El sexto ámbito destinado a la regulación y Control, que establece o identifica la entidad encargada de sancionar las faltas a la norma por parte de las operadoras y agencias de viajes. Los anexos que deben tener información complementaria y por último las disposiciones transitorias y finales.

Los proyectos de infraestructura turística necesariamente deben considerar el punto de vista de las comunidades, los operadores turísticos y la demanda pues ellas conocen el entorno, la operación turística y las actividades a desarrollar, lo cual es muy provechoso para el desarrollo de los proyectos, especialmente en la Cordillera Real pues en la misma se han realizado proyectos de construcción de refugios de montaña que en el presente son grandes elefantes blancos, pues no reciben flujo

turístico, no cuenta con servicios mínimos y lo peor aún generan falsas ilusiones para las comunidades, se recomienda tomar en cuenta estos y demás factores para el desarrollo de proyectos turísticos.

Las investigaciones en el Destino Cordillera es de suma importancia, pues permitirá refutar o sustentar la hipótesis de la investigación, así mismo permitirá contribuir con el conocimiento científico y a partir de esto, tener una noción más clara del turismo de montaña en nuestra región, se recomienda realizar investigaciones como ser: estudios de la demanda en el destino, estudios que establezcan el costo de oportunidad de la actividad turística, investigaciones que permitan determinar la capacidad de carga en el nevado Huayna Potosí, pues esto permitirá no saturar el destino. Se hace necesaria esta tarea ya que el flujo turístico en época alta es constante y masivo, y si esto sigue así se presentarían grandes y fatales consecuencias, pues la combinación entre masificación de la demanda, la inexperiencia de la misma y los factores climáticos hacen que el riesgo en la práctica del Andinismo se incremente.

La mercantilización del montañismo tiene consecuencias fatales en las montañas del mundo, un ejemplo claro es el desastre de 1996 en el monte Everest, donde en un solo día fallecieron 15 Alpinistas de amplia experiencia en la tormenta más mortífera de la historia del monte Everest. Aunque la comparación del Monte Everest y el nevado Huayna Potosí es ilógica, no olvidemos que nuestra montaña tiene una altitud de más de 6.000 msnm, y en esa altitud el cuerpo humano sufre cambios inesperados.

Es de vital importancia establecer un sistema de registro y cobro para el ingreso al Destino Cordillera, los países vecinos ya lo hicieron, por una parte los datos permitirán desarrollar investigaciones aptas y con datos reales, por otra parte el sistema de cobro permitiría invertir los recursos captados en el mismo destino, para que este pueda desarrollarse y ser más competitivo. En algunos países de la región las montañas son declaradas áreas protegidas o parques nacionales, tal es el caso del Parque Nacional Huascarán en Perú, que se creó para la protección de la

riqueza hídrica, la riqueza paisajística y la riqueza de flora y fauna. Similares características fueron las impulsoras de la creación del Parque Provincial Aconcagua en Argentina, donde fundamentalmente se quería proteger la montaña más alta del continente americano.

Sin lugar a duda nuestras montañas reúnen las características identificadas por los países vecinos, la Cordillera Real es el reservorio de agua dulce más grande del país, su ubicación ha generado la formación de varios pisos ecológicos donde existe una enorme biodiversidad de flora y fauna, y sin lugar a duda los turistas que la visitan quedan maravillados por las vistas paisajísticas que se tienen desde sus cumbres. Con todo lo mencionado anteriormente la Cordillera Real reúne las características necesarias para ser catalogada como área protegida por el Estado, esto permitiría su protección y su mejor aprovechamiento. Se recomienda rescatar las mejores acciones que tomaron los países vecinos y adecuarlos al caso boliviano.

Para contrarrestar la rigidez de la oferta turística, se recomienda elaborar proyectos que permitan la diversificación de la oferta en el Destino Cordillera, con el objetivo de mantener el flujo turístico durante todo el año, incrementar la estadía promedio y el gasto turístico, dichos proyectos debe tener como centro la consulta a la demanda turística, pues ella es indispensable para la factibilidad de los mismos, si no se realiza esto se elaboran proyectos destinados al fracaso.

Se recomienda realizar trabajos dirigidos que permitan fortalecer la formación técnica de los guías de montaña, pues los mismos no son reconocidos por el Estado boliviano como guías profesionales, realizar trabajos de investigación con los sectores involucrados en la operación del Andinismo es fundamental, pues permitirán mejorar la competitividad en el mercado turístico.

BIBLIOGRAFÍA

ÁLVARO, S (2002). *El sentimiento de la montaña*. Al filo de los imposible (serie de televisión) España. Televisión española S.A. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=ynwPde2YG8Y>

ARIAS, P. (2006) *Teoría del Turismo: Efectos del Turismo sobre el Medio Ambiente Cultural* (1ra ed.). La Paz, Bolivia. Ed. Carrera de Turismo UMSA.

ASHLEY, C. DILYS R. y HAROLD G. (2001) *Estrategias de Turismo pobres-Pro: Hacer Turismo de los pobres*. Una revisión de la experiencia. Favor de los pobres Turismo Informe N ° 1, Nottingham: Instituto de Desarrollo de Ultramar. Disponible en: www.odi.org/resources/download/123.pdf

ASOCIACIÓN DE GUÍAS DE MONTAÑA Y TREKKING BOLIVIA. (2014) Información institucional, obtenida el 26 de febrero de 2014, disponible en: www.agmtbolivia.org. La Paz. Bolivia.

ATLAS PATRIMONIAL DE BOLIVIA, (2011). *Patrimonios de la Humanidad Declaradas por la UNESCO*. La Paz Bolivia. Ed. Ministerio de Culturas.

ATLAS DE SALUD DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ, (2006). *Aspectos geográficos*. La Paz Bolivia. 1ra Ed.

BENITEZ, M. (2000) *El cambio ambiental en las montañas y tierras altas*. Buenos Aires Argentina Ed., Mega.

BOULLÓN, R. (1996). *Planificación del Espacio Turístico*. México. Ed. Trillas

CAERO, D. (2007). *Estrategias de Desarrollo: La Actividad Turística, la necesidad de Sostenibilidad y Participación de la Comunidad Local*. Revista Turismo N° 18: (1ra ed.). La Paz Bolivia. Ed. Carrera de Turismo UMSA.

CERVANTES. (2004). *Diccionario Enciclopédico*. Bogotá D.C, Colombia. Ed, Printer colombiana S.A.

ESCOBAR, D. (2009). *El Turismo Sostenible como Instrumento Para el Desarrollo Rural*. Revista de turismo nº 11 (1ra ed.). La Paz, Bolivia. Ed. Carrera de Turismo UMSA

ESCUELA DE ALPINISMO Y RESCATE ITALIANA. (2010), *Tullio Vidoni*. Obtenida el 19 de Abril de 2016. Disponible en: WWW.ITALIANTREK.COM

FEDERACIÓN CÁNTABRA DE MONTAÑISMO, (2002), *Iniciación al alpinismo*, ESCUELA CÁNTABRA DE ALTA MONTAÑA (E.C.A.M.), Obtenida el 13/03/11. Disponible en: www.lacaranorte.com/docs/curso-alpinismo.pdf

FLORES, C. (2007). *Visiones del Turismo Comunitario*. Revista Turismo N° 16 (1ra ed.) La Paz, Bolivia. Ed. Carrera de Turismo UMSA.

FLORES, C. (2007). *Estrategias de Desarrollo: Desarrollo Local y Turismo*. Revista Turismo N° 18 (1ra Ed.) La Paz, Bolivia. Ed. Carrera de Turismo UMSA.

GUÍA ESPECIALIZADA DEL VIAJERO. *Trekking y montañismo en el Perú*. Disponible en: www.perù.org.pe

GIORDANO, N. (2009). *Sistemas G.I.S. GIS aplicado al turismo*. Uruguay. Universidad ORT Facultad de Ingeniería. (S/Ed).

GUACHALLA, J. (2007). *Plan de desarrollo turístico sostenible para el municipio de Luribay*. Proyecto de Grado. Universidad Mayor de San Andrés. La Paz Bolivia.

GUTIÉRREZ, I. (2009). *Turismo de Aventura Un Reto Para el Profesional de Hoy*. Revista de turismo nº 22 (1ra Ed.). La Paz Bolivia Ed. Carrera de Turismo UMSA.

HERLESS, B. (2006). *Evaluación de impactos socioeconómicos en las poblaciones campesinas influenciadas por los refugios de la Operación Matto Grosso (OMG) ubicados en las zonas Pisco, Huascarán e Ishinca del Parque Nacional Huascarán*. Lima – Perú. (S/ ed). Obtenida 26 de marzo de 2012. Disponible en: www.profonanpe.org.pe/gpan/.../Informe_final_consultoria_PNH.pdf

HERNÁNDEZ, S. FERNÁNDEZ Y BAPTISTA. (1998) *Metodología de la investigación*. México- DF. Ed. Mc-Graw-Hill Interamericana. 2da Ed.

HERNÁNDEZ, S. FERNÁNDEZ Y BAPTISTA. (2010) *Metodología de la investigación*. México- DF. Ed. Mc-Graw-Hill Interamericana. 5ta Ed.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS. (2005) *Los Objetivos del Desarrollo del Milenio Asociados al Desarrollo Humano*. La Paz Bolivia. (Ed, s/ed)

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS (2012), *Ficha Resumen Censo Población y Vivienda 2012*. La Paz – Bolivia. (Ed, s/ed).

INSTITUTO DE DESARROLLO REGIONAL. (2006). *Origen y Evolución Del IDR*. La Paz Bolivia. Ed. UMSA.

INSTITUTO DE BIENESTAR RURAL (2004). *Teorías Sobre el Desarrollo*. Paraguay (Ed, s/d)

KRUK, E. y BANSKOTA K. (2007) *El turismo de montaña en Nepal: de Impactos Y Sostenibilidad*. Obtenida el 14 de junio de 2012. Disponible en: <ftp://ftp.fao.org/docrep/Fao/004/y3549s/y3549s03.pdf>. Versión traducida del Inglés.

KRUK, E. (2009). *Turismo en el Himalaya - Montañas de oportunidades en un clima cambiante*. Nepal (Ed, s/d). Obtenida el 2 de septiembre de 2011. Disponible en: www.fao.org/docrep/017/i2498s/i2498s.pdf Versión traducida del Inglés.

LEÑADOR, A y DELGADO, M (Productores). ALVARO, S (Director). (3003), *La conquista del Everest, Al filo de lo imposible*. España. Televisión española. S.A. Obtenida el 14 de Julio de 2014. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=ooVTRDKXMfU&spfreload=10>

LEY GENERAL DEL TURISMO N° 292. (2012) *Bolivia te espera*. Ministerio de Culturas y Turismo. La Paz-Bolivia. (S/ed). Obtenida el 14 de marzo 2013, disponible en: www.bolivia.travel

LEY GENERAL DE TURISMO N° 29408 (2009). Ministro de Comercio Exterior y Turismo. Lima – Perú. (S/ed). Obtenida el 13 de agosto de 2014. Disponible en: www.mincetur.gob.pe/.../LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408

LIBERMAN, M. y BAIED, C. (1997). *Desarrollo Sostenible de Ecosistemas de Montaña: Manejo de aéreas frágiles en los Andes*. La Paz Bolivia. Ed. Instituto de Ecología.

LIDEMA, (1985) *El Estado del Medio Ambiente en Bolivia*. La Paz Bolivia. Ed. Lidema.

LO MUERTOS DE EVEREST – FENÓMENOS PARANORMALES. (2013). *Los 200 del Everest*. Cuarto Milenio. (Serie de televisión). España. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=dHPpX8thup8>

MANUAL DE ENSEÑANZA, (1999), *La Escalada (ME7-009)*, Dirección de Doctrina, Orgánica y Materiales del Mando de Adiestramiento y Doctrina, Granada – España. Ed. Dirección de Servicios Técnicos del Ejército.

MÁRQUEZ, A y FRANCOU B. (1995) *Cordillera Blanca Glaciares con Historia*. Perú – Huaráz. (S/ed). Obtenida 10 de marzo de 2013. Disponible en: [www.ifeanet.org/publicaciones/boletines/24\(1\)/37.pdf](http://www.ifeanet.org/publicaciones/boletines/24(1)/37.pdf)

MESILI, A. (2007). *Bolivia: entre pueblos y montañas*. La Paz - Bolivia. (1ra ed.). Artes. Gráficas Sagitario.

MESILI, Alain. (1984). *La Cordillera Real de los Andes*. Cochabamba Bolivia, (1ra ed.). CIMA Producciones.

MESILI, A. (2004). *The Andes of Bolivia: Adventures and a climbing guide*. La Paz, Bolivia, (1ra ed.). CIMA Producciones.

MILLARES, C. (2005). *Conceptos Generales sobre Geografía de Bolivia*. Dossier Preparado. La Paz, Bolivia, (Ed, s/d).

MINISTERIO DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y PLANIFICACIÓN, (1998). *Plan General de Desarrollo Económico Social (PGDES, 1997-2002)*, Bolivia Siglo XXI País Socialmente Solidario. La Paz – Bolivia. Ed. Stilo Industrias Gráficas.

MINISTERIO DE ASUNTOS CAMPESINOS Y AGROPECUARIOS, (2005). *Estrategia Nacional de Desarrollo Agropecuario y Rural (ENDAR, 2005)*. La Paz – Bolivia. Ed. Gisvol.

MINISTERIO DE TURISMO. (2012). *Norma técnica de turismo de aventura*. Montañismo. Quito – Ecuador. S/ed.

MINISTERIO DE AGRICULTURA PERÚ. (2010) *Inventario de lagunas de la cordillera blanca*. Autoridad Nacional del Agua Dirección de Conservación Y Planeamiento de Recursos Hídricos - Unidad de Glaciología y Recursos Hídricos. Perú – Huaraz. (S/ed). Obtenida el 18 de julio de 2013. Disponible en: www.minag.gob.pe

MINISTERIO DEL TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO (2013). *Estudio de la Actividad Turística*. Identificación de las Ocupaciones Demandadas a Nivel Nacional. Lima – Perú. Primera Edición. Disponible en: www.trabajo.gob.pe

MOLINA, S. (1998). *Turismo y Ecología*. Turismo Rural. México D.F. Ed. Trillas.

MOLINA, S. (1997). *Turismo Metodología Para su Planificación*. México D.F. Ed. Trillas.

MOLERIO, O. (2007). *Aprendizaje y Desarrollo Humano*. Revista Iberoamericana de Educación. Habana – Cuba. Ed. O.E.A

MUÑOZ, R. (2008). *Manual de Iniciación a la Montaña*, Obtenida el 22/04/2012. Disponible en: www.conmacuto.com.es/MANUAL%20DE%20INICIACION%20A%20

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. (1999). *Guía para Administraciones Locales*. Desarrollo Turístico Sostenible. Madrid España. Ed. OMT.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. (2005). *Indicadores de Desarrollo sostenible para los destinos turísticos. Guía Práctica*. Madrid- España. Ed. OMT.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (2012). *Panorama OMT del Turismo Internacional*. Madrid, España Ed. OMT. Obtenida 17 de junio de 2013. Disponible en: www.unwto.org

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2015). *Panorama OMT del Turismo Internacional*. Madrid España. Ed. OMT. Edición 2015 Obtenida 23 de Marzo de 2015. Disponible en: www.unwto.org

ORGANIZACIÓN VENEZOLANA DE TURISMO Y DEPORTES DE AVENTURA (OVETUDA) *Turismo de Aventura Como Posibilidad Económica en la provincia Venezolana Caracas Venezuela*. (Ed, s/d). Obtenida el 22 de marzo de 2011. Disponible en: www.extreme-sports.com.ve/ovetuda

PASABAN, E. (2010). *Entrevista realizada por la revista 20 Minutos*. Obtenida el 21 de Abril de 2016. Disponible en: www.20minutos.es/entrevistas

PORTOCARRERO, R. C. (2009). *De glaciación de la Cordillera Blanca-Perú y su Relación con el efecto invernadero* Vol. 2. Revista Desarrollo local Sostenible (DELOS). Nª 5. Lima Perú. Sd/ed.

PUEBLO EN LÍNEA, (2009). *El turismo promueve el desarrollo económico del Tíbet*. Obtenida el 28 de Marzo de 2012 Disponible en: <http://spanish.peopledaily.com.cn/31621/6624565.html>

PLAZA, O. (2006). *Equidad y Desarrollo*. Estados Unidos Ed. Oxford University Press.

PLAN DE DESARROLLO DEL DEPARTAMENTO AUTÓNOMO DE LA PAZ, (2012) *PDDA – LP (2012 - 2016)*. Obtenida 3 de abril de 2012. Disponible en: www.gobernacionlapaz.gob.bo

PLAN DE DESARROLLO SOSTENIBLE PARA EL DESTINO PRODUCTO HUAYNA POTOSÍ, (2009), Obtenida el 14 de Agosto de 2013. Disponible en: http://va6000.blogspot.com/2011_04_01_archive.html

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO. (1990). *Desarrollo Humano Informe 1990*. Bogotá Colombia. Ed. Tercer Mundo.

REBOLLEDO, P y FICA R. (2010). *La formación de guías de turismo de montaña y alta montaña: el caso chileno*. Gest. Tur. N° 14. Santiago - Chile (S/ed). Obtenida el 11 de agosto de 2014. Disponible en:
<http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S0718-64282010000200006>.

RODRÍGUEZ, F. (1980). *Introducción a la metodología de investigación*. Habana Cuba. Ed. Editora Política.

ROJAS, E. (2004). *Incidencia del turismo en el desarrollo de la localidad de Achocalla*. Tesis de Grado. Universidad Mayor de San Andrés. La Paz Bolivia.

SÁNCHEZ, L. Y GONZÁLEZ, R. (2011), *Destinos turísticos de montaña con migración de amenidad*. Implicancias en el desarrollo turístico local – Caso Caviahue, Argentina. Consultado el 21/0714. Disponible en:
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322011000200002&script=sci_arttext

SANCHO, A. (2011), *Jornadas Internacionales Para un Turismo Justo: Un Reto Para el Desarrollo*. Valencia España. Ed. s/d. Boletín Informativo.

SCHARAGER, J, y ARMIJO, I. (2001). *Metodología de la Investigación para las Ciencias Sociales*. Escuela de Psicología, SECICO Pontificia, Universidad Católica de Chile. Santiago - Chile. s/ed.

SECRETARIA DE TURISMO. (2008). *Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM)*. IRAM-SECTUR 42510: servicios turísticos de montañismo. Buenos Aires – Argentina. Obtenida el 24 de agosto de 2014. Disponible en:
www.aprendemas.com/.../iram---instituto-argentino-de-normalización.

SUB ALCALDÍA DE ZONGO, (2007). Información actualizada sobre Zongo.

SUNG, A. Heidi (1996). *Deportes y Ecoturismo en Iberoamérica*. Canadá. Universidad de Purdue Ottawa. Obtenida el 14 de abril de 2011. Disponible en: www.deportesdeaventura.net/turismo.../que-es-el-turismo-de-aventura

TINOCO, O. (2003). *Los Impactos Del Turismo en el Perú*. Publicada por la facultad de Ciencias Sociales de la UNMSM – Perú. Obtenida el 24 de Agosto de 2012. Disponible en http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/indata/vol6_n1/pdf/impactos.pdf

TINTAYA, P. (2008). *Proyectos de investigación. Instituto de Estudios Bolivianos – IEB*. Universidad Mayor de San Andrés – Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. La Paz – Bolivia.

VALCÁRCEL, M. (2006). *Génesis y Evolución del Concepto y Enfoques sobre el Desarrollo*. Lima Perú. Ed, s/d.

VICEMINISTERIO DE TURISMO. (2006). *Plan Subsectorial de Turismo 2006 - 2010*, La Paz, Bolivia. VMT.

VICEMINISTERIO DE TURISMO. (2007). *Compendio (1996-2007). Estadísticas del Turismo*. La Paz, Bolivia. Ed, VMT.

VICEMINISTERIO DE TURISMO (2003). *CDTI programa BID-961 SF BO*. La Paz – Bolivia.

YUGAR, F. R. (1998) *Métodos y técnicas de investigación*. La Paz Bolivia. Ed. Producciones Yugar.

ANEXOS

ANEXO Nº 1	
FICHA BIBLIOGRÁFICA	
Nombre del Autor:	Lugar y año:
Título:	Editorial:
Tema:	Páginas:
CONTENIDO	

ANEXO Nº 2**REGISTRO DE OBSERVACIÓN NO ESTRUCTURADA**

REGISTRO DE OBSERVACIÓN			
Observador:	Wilson Sangalli	Nº de observación	1
Ciudad	La Paz	Lugar/comunidad	Llaullini
Distrito	Macrodistrito 9	Tema	Servicios de hospedaje
Año	2011	Fecha	Octubre 22
Hora de inicio	09:00	Hora de finalización	17:00
Detalle de actividades		Comentario	
<p>Cantidad:</p> <p>Se contabilizaron cuatro refugios de los cuales dos se encuentran en el campo alto 5200 msnm, y dos en la campo base 4800 msnm. los mismos operan la actividad en situ.</p> <p>Además existen otros dos refugios en construcción.</p> <p>Características de la edificación:</p> <p>En el campamento base se encuentran el refugio Casa Blanca, edificado con material ajeno a la zona (ladrillos, cemento) rompe con el entorno y tiene una capacidad de alojar a 20 personas. El refugio Huayna Potosí edificado con material de la zona no rompe con el entorno y posee una capacidad de albergar a 25 personas. Además este refugio opera y administra el refugio campamento Argentino.</p> <p>En el campo alto se encuentran el Campo Roca, que fue edificado con material típico del lugar (rocas y madera,), no rompe con el entorno natural de la zona. Tiene una capacidad de albergar a 25 personas. El campamento Argentino construido con material ajeno a la región, rompe con el entorno natural. Tiene una capacidad de albergar a 12 personas.</p> <p>Tres de estos refugios ofertan servicios de hospedaje, alimentación, guiaje especializado y alquiler de equipo de montaña.</p> <p>El refugio campamento Argentino solamente oferta hospedaje.</p>		<p>Propietarios:</p> <p><u>Refugio Casa Blanca:</u> Sra. Yola Altamirano.</p> <p><u>Refugio Huayna Potosí</u> Dr. Hugo Berrios.</p> <p><u>Refugio Campo Roca</u> Sr. Eulalio Gonzales Mamani (Guía de montaña)</p>	

ANEXO N° 2.1

REGISTRO DE OBSERVACIÓN NO ESTRUCTURADA

REGISTRO DE OBSERVACIÓN			
Observador:	Wilson Sangalli	Nº de observación	2
Ciudad	La Paz	Lugar/comunidad	Llaullini
Distrito	Macrodistrito 9	Tema	Servicios de hospedaje
Año	2014	Fecha	Octubre 04
Hora de inicio	10:00	Hora de finalización	16:00
Detalle de actividades		Comentario	
<p>Cantidad:</p> <p>Los dos refugios en construcción, se concluyeron y uno está operando en la actualidad. Además se construyó otro refugio en campo alto que opera.</p> <p>Se está construyendo otro refugio en campo base.</p> <p>Características de la edificación:</p> <p>En el campamento base se encuentran el refugio Llaullini, edificado con material ajeno a la zona (ladrillos, cemento) rompe con el entorno y tiene una capacidad de alojar a 25 personas (administro por la comunidad). Así mismo el refugio Khunu Uta edificado con material de la zona no rompe con el entorno y posee una capacidad de albergar a 15 personas, los comunarios dicen que este refugio funcionaba pero dejó de funcionar, este refugio lo construyo la Alcaldía de La Paz.</p> <p>En el campo alto se encuentran, el refugio Casa Blanca II que fue edificado con material ajeno a la región, rompe con el entorno natural. Tiene una capacidad de albergar a 20 personas. Refugio considerado uno de los mejores por sus instalaciones.</p> <p>Estos refugios ofertan servicios de hospedaje, alimentación.</p> <ul style="list-style-type: none">Nota: actualmente existen 7 refugios que operan en la zona y 1 en construcción.		<p>Propietarios:</p> <p><u>Refugio Llaullini:</u> Comunidad de Llaullini.</p> <p><u>Refugio Casa Blanca II:</u> Sra. Yola Altamirano.</p> <p><u>Refugio Khunu Uta:</u> <u>Alcaldía de La Paz.</u></p>	

ANEXO Nº 2.2

REGISTRO DE OBSERVACIÓN NO ESTRUCTURADA

REGISTRO DE OBSERVACIÓN			
Observador	Wilson Sangalli	Nº de observación	3
Ciudad	La Paz	Lugar/comunidad	Llaullini
distrito	Macrodistrito 9	Tema	Servicio de transporte
Año	2012	Fecha	19 de Junio
Hora de inicio	09:30	Hora de finalización	18:00
Detalle de actividades		Comentario	
<p>Cantidad:</p> <ul style="list-style-type: none">• Existe una empresa que de transporte que hace el recorrido por el destino, la empresa de transporte Huayna Potosí que cuenta con tres buses y tres minibuses, con una capacidad de transportar a 150 personas. Las salidas son diarias desde su oficina central ubicada en la zona Ballivián de la ciudad de El Alto.• Se cuenta con tres horarios establecidos para la salida de los buses y minibuses, dos minibuses salen a las 05:00 am, un bus a la 06:00 am. y un minibús a horas 14:30 pm.• Este tipo de transporte generalmente usada por las comunidades locales y turistas nacionales.• Los turistas extranjeros son transportados al destino en moviidades privadas (taxis, minibuses, vagonetas, jeeps), que son incluidas en los paquetes turísticos ofertados por las agencias de viajes.• El recorrido hacia el destino es de 2 horas.• Se pudo contabilizar aproximadamente 30 a 35 moviidades que transportaban turistas al Huayna Potosí.		<p>Existe una tranca policial en la comunidad de Alto Milluni, donde se registran todas las moviidades que hacen el recorrido de esta zona.</p> <p>Este sería un lugar donde las autoridades deberían establecer un centro de registros para obtener datos estadísticos actuales.</p>	

ANEXO Nº 2.3

REGISTRO DE OBSERVACIÓN NO ESTRUCTURADA

REGISTRO DE OBSERVACIÓN			
Observador	Wilson Sangalli	Nº de observación	4
Ciudad	La Paz	Lugar/comunidad	Llaullini
distrito	Macrodistrito 9	Tema	Flujo turístico
Año	2012	Fecha	15 de Septiembre
Hora de inicio	08:30	Hora de finalización	17:30
Detalle de actividades		Comentario	
<ul style="list-style-type: none">• Uno de los refugios en construcción realiza el registro de los turistas que ingresan a la zona, el libro indica que entre 35 a 40 turistas día ascienden al nevado Huayna Potosí.• El 9 de septiembre 31 turistas• 10 de septiembre 35 turistas• 11 de septiembre 32 turistas• 12 de septiembre 35 turistas• 13 de septiembre 29 turistas• 14 de septiembre 34 turistas• 15 de septiembre 39 turistas• Aproximadamente 235 turistas ingresaron esa semana al destino Huayna Potosí.• La encargada de los registros indica que ese dato es un promedio.• Además de registrarse se realizar un pago de ingreso 10 Bs por turistas.		La encargada del registro y cobro de entrada al nevado no quiso dar su nombre, pero indica que los ingresos obtenidos son para el beneficio de la comunidad de Llaullini.	

ANEXO N° 2.4

REGISTRO DE OBSERVACIÓN NO ESTRUCTURADA

REGISTRO DE OBSERVACIÓN			
Observador	Wilson Sangalli	Nº de observación	5
Ciudad	La Paz	Lugar/comunidad	Llaullini
distrito	Macrodistrito 9	Tema	Flujo turístico
Año	2014	Fecha	12 de Julio
Hora de inicio	09:30	Hora de finalización	18:00
Detalle de actividades		Comentario	
<ul style="list-style-type: none">• El refugio donde se realizaba el registro de los turistas ya no opera, en el destino no existe un libro general donde se registre los turistas, sin embargo los refugios tienen libros de registros independientes a los cuales no se puede acceder.• Algunos propietarios de los mismos dijeron que los libros de registros fueron entregados a la autoridad local sub alcaldía Distrito 9.• Se consultará a esta institución para acceder a los datos actuales del flujo turístico.• En el día se pudo observar que aproximadamente 37 turistas ingresaron al destino Huayna Potosí. Continuando la tendencia de años anteriores.• Además ya no se realiza el pago de ingreso al destino que se realizaba en anteriores años.		Los comunarios están reacios a informar sobre este tema.	

ANEXO Nº 2.5

REGISTRO DE OBSERVACIÓN NO ESTRUCTURADA

REGISTRO DE OBSERVACIÓN			
Observador	Wilson Sangalli	Nº de observación	6
Ciudad	La Paz	Lugar/comunidad	Llaullini
distrito	Macrodistrito 9	Tema	Servicios básicos
Año	2013	Fecha	18 de Mayo
Hora de inicio	08:30	Hora de finalización	17:30
Detalle de actividades		Comentario	
<ul style="list-style-type: none">• Se consultó a personas que viven en la comunidad, las mismas indican que no tiene conexión a la red de agua potable. La mayoría aprovechan los riachuelos existentes en la zona para abastecerse de agua.• En cuanto a la energía eléctrica solamente 2 refugios tienen acceso al mismo, pues realizaron inversiones y gestiones para su conexión.• No existe alcantarillado en la zona, la mayoría de los habitantes construyeron cámaras sépticas y posos que sustituyen dicho servicio.• En la comunidad no existe señal de telefonía fija ni móvil.• Algunas personas siguen usando las potas de los animales como combustible para la preparación de sus alimentos.• Indican que una vez al mes ingresa el carro repartidor de gas a la localidad de Zongo.• Nota: los habitantes locales señalan que no existen ferias, mercados en el lugar, a causa de esto deben abastecerse de los insumos de primera necesidad en las ciudades de El Alto y La Paz.		<p>Señalar que existe una de las más grandes empresas generadoras de energía eléctrica en la comunidad de Zongo COBEE, las redes de la misma pasan por la comunidad.</p> <p>Muy cerca a la comunidad de Llaullini se encuentra la comunidad de Alto Milluni que tiene una de las más grandes represas que abastecen de agua a las ciudades de El Alto Y parte de La Paz.</p>	

ANEXO Nº 2.6

REGISTRO DE OBSERVACIÓN NO ESTRUCTURADA

REGISTRO DE OBSERVACIÓN			
Observador	Wilson Sangalli	Nº de observación	7
Ciudad	La Paz	Lugar/comunidad	Llaullini
distrito	Macrodistrito 9	Tema	Aspectos culturales
Año	2013	Fecha	20 y 21 de junio
Hora de inicio	05:00	Hora de finalización	13:00
Detalle de actividades		Comentario	
<ul style="list-style-type: none">Se participó en el evento organizado por el Distrito 13 de la ciudad de El Alto, evento año nuevo aymara, desarrollado en la cumbre "Mirador de Jilarata", donde se recibieron los primeros rayos del sol y se hizo las tradicionales ofrendas a la Pachamama dirigidas por los Yatiris de la zona.Las autoridades originarias de la zona dijeron que se relazan este tipo de actividades en año nuevo aymara, carnavales y en la fiesta patronal de la zona.El Yatiri es maestro de ceremonias es representante de pueblo ante las enormes y sagradas montañas, que los pobladores residentes llaman Achachilas.Para los residentes locales las montañas son parte de su identidad cultural son protectores de los cuales emana la vida.En este evento los habitantes de la zona visten sus prendas tradicionales tanto hombres como mujeres, los jóvenes y niños adoptan las vestimentas citadinas de las urbes.Se sigue practicando los tradicionales Apthapis comunitarios, donde participan todos los presentes (residentes y visitantes), en la degustación de los alimentos preparados para la ocasión.		Cualquier evento programado debería mostrar la riqueza cultural de los pueblos, para que de esta manera dicha riqueza se mantenga y fortalezca en el tiempo.	

ANEXO N° 2.7

REGISTRO DE OBSERVACIÓN NO ESTRUCTURADA

REGISTRO DE OBSERVACIÓN			
Observador	Wilson Sangalli	Nº de observación	8
Ciudad	La Paz	Lugar/comunidad	Llaullini
distrito	Macrodistrito 9	Tema	Operación turística
Año	2014	Fecha	24 de Mayo
Hora de inicio	08:30	Hora de finalización	17:00
Detalle de actividades		Comentario	
<ul style="list-style-type: none">• La operación turística se planifica desde la ciudad de La Paz, donde las agencias operadoras se encargan de organizar el paquete turístico requerido por los turistas, de acuerdo a sus necesidades. (El hospedaje, alimentación y transporte y guiaje)• Los grupos arriban al nevado Huayna Potosí en moviidades particulares, taxis, 4X4 Jepps y minibuses, siempre acompañados del guía turístico. Seguidamente se procede al desembarque y la preparación de las mochilas y equipamiento requerido.• Algunos grupos pasan directamente al campo alto, otros grupos ingresan a los refugios del campo base. La mayoría de los grupos trasladan por cuenta propia los equipos requeridos para la actividad, acompañados del guía y un cocinero.• Algunos grupos realizan escalada en hielo en el sector denominado glaciar viejo a manera de aclimatación y aprendizaje de algunas técnicas básicas de escalada.• Desde el inicio de la observación hasta el final pasaron por nuestro sector 15 grupos con un promedio de 3 turistas por grupo.• Una vez en el campo alto se realiza la preparación del equipo de montaña y posterior descanso.		<p>Señalar que algunos grupos llegan al destino realizando trekking, escalada en otras cumbres de la zona y concluyen o continúan su recorrido escalando el Huayna Potosí. Estos grupos tienen un buen proceso de aclimatación.</p> <p>Otro porcentaje de turistas realiza la escalada previa enseñanza de técnicas en el sector denominado Glaciar viejo.</p>	

ANEXO N° 2.8

REGISTRO DE OBSERVACIÓN NO ESTRUCTURADA

REGISTRO DE OBSERVACIÓN			
Observador	Wilson Sangalli	Nº de observación	9
Ciudad	La Paz	Lugar/comunidad	Llaullini
distrito	Macrodistrito 9	Tema	Actividades
Año	2014	Fecha	30 de agosto
Hora de inicio	08:30	Hora de finalización	17:30
Detalle de actividades		Comentario	
<ul style="list-style-type: none">• En el Huayna Potosí se practica escalada en Hielo en el sector del Glaciar viejo.• Escalada en Roca en el sector denominado plataforma Zongo, pues existen algunas rutas de diferentes niveles.• Escalada de alta montaña (Andinismo), nevado Huayna Potosí.• Para la práctica del Andinismo existe diversas rutas, sin embargo las más escaladas son las ruta normal, seguida de la ruta Francesa y por último la ruta de la cara Oeste.• Esquí en el sector de la ruta Francesa y del campamento Argentino.• Otra nueva actividad es la del snowboard en el sector del campamento Argentino, esta es una actividad nueva en el sector.• El Trekking es otra actividad muy practicada en la región, pues la ruta Transcordillerana concluye en el Huayna Potosí.		<p>Diversificar la oferta turística es vital pues esto permitiría incrementar la estadía en el destino.</p> <p>Sin embargo para la realización de esta diversificación se debería tomar en cuenta la todos los sectores y en especial la demanda existente.</p>	

ANEXO Nº 2.9

REGISTRO DE OBSERVACIÓN NO ESTRUCTURADA

REGISTRO DE OBSERVACIÓN			
Observador	Wilson Sangalli	Nº de observación	10
Ciudad	La Paz	Lugar/comunidad	Llaullini
distrito	Macrodistrito 9	Tema	Accesibilidad
Año	2015	Fecha	4 de julio
Hora de inicio	09:00	Hora de finalización	17:00
Detalle de actividades		Comentario	
<ul style="list-style-type: none">• Una de las grandes debilidades del destino es la accesibilidad.• El camino que conduce al destino es de ripio, pero transitable durante todo el recorrido, excepto cuando las condiciones climáticas no son favorables (nevadas),• Por las condiciones geográficas de las regiones cordilleranas el camino recorre subidas, bajadas y curvas, donde se pone a prueba la pericia de los conductores.• Desde la ciudad de La Paz se deben pasar por la ciudad de El Alto necesariamente, tarea que incrementa el tiempo de viaje.• El recorrido o viaje dura aproximadamente 2 horas desde la ciudad de La Paz.• En la comunidad de Alto Milluni existe una tranca policial que hace el registro las moviidades que transitan por el lugar.• El mantenimiento de la vía principal la realizan los pobladores locales con la ayuda de las cooperativas mineras y la empresa eléctrica de COBEE.		<p>Es vital que la vía principal se la asfalte o se realice el mantenimiento periódico de la ruta, así mismo el mantenimiento de las señales viales existente.</p> <p>Ambas acciones permitirán reducir el tiempo de traslado con seguridad.</p>	

ANEXO Nº 3**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS – FACULTAD DE HUMANIDADES Y CS. DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO****Tema:** EL ANDINISMO Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO SOCIAL DE LA COMUNIDAD DE LLAULLINI ALEDAÑA AL NEVADO HUAYNA POTOSÍ**OBJETIVO:** Determinar en qué grado el Andinismo coadyuva al desarrollo social de la comunidad de Llaullini.**FORMULARIO ENCUESTA SOBRE ANDINISMO Y DESARROLLO SOCIAL – COMUNIDAD DE LLAULLINI**

La presente encuesta fue elaborada por el estudiante y la información obtenida con la misma, es de uso netamente académico.

*Se le agradece de antemano su colaboración.***Código:****Encuestador:** W.A.S.M.**Lugar:** Comunidad de Llaullini**Ubicación:** Departamento La Paz - Municipio de La Paz**CUESTIONARIO - DIRIGIDO A PRESTADORES DE SERVICIOS Y/O POBLACION LOCAL****INSTRUCCIONES:**

- Marcar con una **X** en la opción elegida.
- Si la respuesta es la opción "**otros**", especifique la respuesta.

DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

EDAD	CONDICIÓN CIVIL	SEXO	OCUPACIÓN Y/O PROFESIÓN
() Años	<input type="checkbox"/> Soltero (a) <input type="checkbox"/> Casado (a) <input type="checkbox"/> Viudo (a) <input type="checkbox"/> Otro.....	<input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Masculino	

ÁMBITO IDENTIFICACIÓN DE LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN EL DESTINO

1. ¿Cuál de estas actividades es su principal actividad económica? <input type="checkbox"/> Minería <input type="checkbox"/> Generación de energía eléctrica <input type="checkbox"/> Turismo <input type="checkbox"/> Ganadería <input type="checkbox"/> Otra.....	2. A ¿qué otra actividad económicas se dedica a parte de la mencionada anteriormente? <input type="checkbox"/> Minería <input type="checkbox"/> Generación de energía eléctrica <input type="checkbox"/> Turismo <input type="checkbox"/> Ganadería <input type="checkbox"/> Otra..... <input type="checkbox"/> Solo me dedico a esa actividad	3. En el ámbito del desarrollo ¿cuál de estas actividades aportó mayores beneficios para su comunidad? <input type="checkbox"/> Minería <input type="checkbox"/> Generación de energía eléctrica <input type="checkbox"/> Turismo <input type="checkbox"/> Ganadería <input type="checkbox"/> Otra
--	--	---

ÁMBITO IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

<p>4. Considera que el Andinismo es una actividad económica importante para su comunidad.</p> <p>() Muy importante</p> <p>() Importante</p> <p>() poco importante</p> <p>() Nada importante</p>	<p>5. Podría mencionar en ¿qué ámbito de la operación turística participa?</p> <p>() Hospedaje</p> <p>() Alimentación</p> <p>() Transporte</p> <p>() Guiaje</p> <p>() Porteador</p> <p>() Otra.....</p> <p>() No participo</p> <p>NOTA: Si la respuestas es no participo pasar a la pregunta N° 9</p>	<p>6. ¿Cuántas horas al día trabaja en la prestación de servicios turísticos?</p> <p>() 8 horas</p> <p>() 12 horas</p> <p>() más de 13 horas</p>	<p>7. ¿Cuántos días a la semana trabaja en este rubro?</p> <p>() 1 día</p> <p>() 3 días</p> <p>() 5 días</p> <p>() Toda la semana</p> <p>() Otros.....</p>
<p>8. ¿En qué temporada trabaja?</p> <p>() Temporada alta (Mayo a Septiembre)</p> <p>() Temporada baja (Octubre a Abril)</p> <p>() Todo el año</p> <p>() Especificar mes(es).....</p> <p>.....</p> <p>NOTA: Si no participa en la actividad turística pasar a la pregunta N° 15</p>	<p>9. ¿Cuánto gana al mes por trabajar en este rubro?</p> <p>Responder En Bs.....</p>	<p>10. Cuántos de sus familiares trabajan en turismo</p> <p>() 1 persona</p> <p>() 3 personas</p> <p>() Más de 4 personas</p>	<p>11. Indique ¿qué empleos genera la actividad turística en el destino?</p> <p>() Guía especializado</p> <p>() Cocinero</p> <p>() Transportista</p> <p>() Recepcionista</p> <p>() Porteador</p> <p>() Administrador</p> <p>() Arriero</p> <p>() Otros.....</p>

ÁMBITO DE COMERCIALIZACIÓN

12. ¿Cómo enlaza su servicio al producto final? (cómo vende su producto o servicio).

- () Mediante alianzas con las agencias de viaje
 () Ofrezco servicios en el destino.
 () Otro.....

13. Tiene alianzas comerciales con el sector

- () Público (Alcaldías, VMT etc.)
 () Privado (Agencias de viaje)
 () No tengo ningún tipo de alianzas.

14. Indique ¿cómo promociona su producto y/o servicio en el mercado?

- () Mediante una página web
 () Revistas especializadas
 () Ferias turísticas
 () Por redes sociales
 () Otros

ÁMBITO SOCIAL*Nivel social*

15. ¿Qué mejoras sociales percibe en su comunidad, gracias a la presencia de la actividad turística del Andinismo?

- () Mejoramiento de infraestructura
 () Acceso a servicios básicos
 () Generación de fuentes de trabajo
 () Aporte económico en pro de la comunidad.
 () Otros.....

NOTA: Si no participa en la actividad turística pasar a la pregunta N° 17

16. ¿Ha mejorado su calidad de vida desde que incursionó en la actividad turística del Andinismo?

- () Mucho
 () Poco
 () Se mantiene igual
 () Ha empeorado

17. ¿De qué manera se beneficia la comunidad de la actividad turística?

- () Prestación de servicios turísticos
 () Trabajos directos e indirectos
 () Venta de artesanías
 () Cobro de ingreso al destino
 () Otro.....

NOTA: Si no participa en la actividad turística pasar a la pregunta N° 21

18. Con la incursión en el turismo pudo mejorar las condiciones de estudio de sus hijos (a)

- () Mucho
 () Poco
 () Se mantiene igual
 () Nada

19. ¿Con la incursión en la actividad turística posee más recursos para acceder a mejor atención médica?

- () Si
 () No

20. ¿Cómo valora su estatus social en la actualidad a comparación con los anteriores años?

- () Alto
 () Medio
 () Bajo

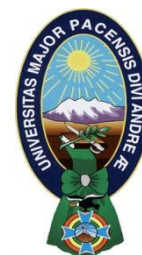
<i>Nivel servicios básicos</i>			
21. Indique a ¿cuáles de estos servicios básicos tiene acceso? <input type="checkbox"/> Luz eléctrica <input type="checkbox"/> Alcantarillado, <input type="checkbox"/> Agua potable <input type="checkbox"/> Comunicaciones (telefonía fija y/o móvil)	22. ¿Hace cuanto tiempo tiene acceso a los mismos? <input type="checkbox"/> 1 años atrás <input type="checkbox"/> 5 años atrás <input type="checkbox"/> 10 años atrás <input type="checkbox"/> 15 años atrás <input type="checkbox"/> Otro.....	23. Considera que el turismo coadyuvó para el acceso a los servicios básicos <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> En parte	
<i>Nivel cultural</i>			
24. ¿Qué problemas culturales produjo la actividad turística para los habitantes de su comunidad, en especial en la población joven? <input type="checkbox"/> Pérdida de identidad cultural <input type="checkbox"/> Hábitos nuevos de comportamiento <input type="checkbox"/> nuevos estilos de vida <input type="checkbox"/> nuevos gustos <input type="checkbox"/> Otros.....			
<i>Nivel educativo</i>			
25. ¿Cuál es el nivel educativo que tiene? <input type="checkbox"/> No estudió <input type="checkbox"/> Sólo primaria <input type="checkbox"/> Hasta secundaria <input type="checkbox"/> Bachiller <input type="checkbox"/> Estudios superiores relacionados con turismo <input type="checkbox"/> Otros estudios superiores	26. ¿Recibió cursos de capacitación para la prestación de servicios turísticos? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No NOTA: si la respuesta es no, pasar a la pregunta N° 29	27. ¿Qué institución se encargó de realizar el mismo? <input type="checkbox"/> Sub alcaldía <input type="checkbox"/> Alcaldía municipal <input type="checkbox"/> Gobierno departamental <input type="checkbox"/> Viceministerio de Turismo <input type="checkbox"/> Otro.....	28. ¿La capacitación realizada por esta institución le ha permitido acceder a nuevas oportunidades laborales. <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
29. Tomó algún curso para aprender un idioma extranjero? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No NOTA: si la respuesta es no, pasar a la pregunta N° 31		30. ¿Hasta qué nivel tomo ese curso? <input type="checkbox"/> Básico <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Avanzado	
ÁMBITO AMBIENTAL			
31. ¿Cómo percibe las condiciones ambientales del nevado Huayna Potosí, desde que existe la actividad turística del Andinismo?	32. Indique ¿qué efectos positivos genera la existencia de actividad turística en el destino?	33. Señale los efectos negativo que genera la actividad turística <input type="checkbox"/> Contaminación de suelos (desechos)	34. En el Huayna Potosí ¿existe algún tratamiento de residuos sólidos y líquidos? (Basura, desagüe).

<input type="checkbox"/> Muy contaminado <input type="checkbox"/> Se mantienen igual que antes <input type="checkbox"/> Poco contaminado <input type="checkbox"/> Otros.....	<input type="checkbox"/> Valorización de las montañas <input type="checkbox"/> Acciones de conservación <input type="checkbox"/> Planes de control ambiental <input type="checkbox"/> Capacidad de carga <input type="checkbox"/> Generación de turistas ecológicos <input type="checkbox"/> Conservación de flora y fauna	sólidos) <input type="checkbox"/> contaminación de aguas (desechos líquidos) <input type="checkbox"/> contaminación atmosférica (ruido, quema de basura) <input type="checkbox"/> construcción de infraestructura <input type="checkbox"/> realización de actividades no permitidas <input type="checkbox"/> Saturación del destino <input type="checkbox"/> Perjuicio a otras actividades	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No NOTA: si la respuesta es no, pasar a la pregunta Nº 36
35. ¿Quién o qué institución se encarga de realizar el mismo? <input type="checkbox"/> Sub alcaldía <input type="checkbox"/> Alcaldía municipal <input type="checkbox"/> Gobierno departamental <input type="checkbox"/> Viceministerio de Turismo <input type="checkbox"/> Otro.....		36. La actividad turística ha producido cambios en el comportamiento de la flora y fauna de la región. <input type="checkbox"/> Mucho <input type="checkbox"/> Poco <input type="checkbox"/> Se mantiene igual <input type="checkbox"/> Nada	
ÁMBITO - OTRAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS GENERADAS POR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA			
37. ¿Tiene una tienda o puesto de venta donde oferte productos (alimentos y bebidas) para los turistas? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No NOTA: si la respuesta es no, pasar a la pregunta Nº 39	38. Aproximadamente ¿cuánto de ingreso le genera esto al mes? Responder.....	39. ¿Realiza artesanías para poder venderlas? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	40. Aproximadamente ¿cuánto de ingreso le genera esta actividad al mes? Responder.....
iiii Muchas gracias por su valiosa colaboración!!!!			

ANEXO N° 4

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CS. DE LA EDUCACIÓN**

CARRERA DE TURISMO



Tema: EL ANDINISMO Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO SOCIAL DE LA COMUNIDAD DE LLAULLINI ALEDAÑA AL NEVADO HUAYNA POTOSÍ

Código N°

OBJETIVO: Determinar en qué grado el Andinismo coadyuva al desarrollo social de la comunidad de Llaullini.

Entrevistador:

W.A.S.M.

Ubicación:

Ciudad La Paz

La presente entrevista fue elaborada por el estudiante y la información obtenida con la misma, es de uso netamente académico.

Lugar:

La Paz

GUÍA DE ENTREVISTA PARA AUTORIDADES REGIONALES, MUNICIPALES Y DEPARTAMENTALES ENCARGADAS DEL ÁMBITO TURÍSTICO.

Se le agradece de antemano su colaboración.

ÁMBITO IDENTIFICACIÓN DE LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN EL DESTINO

1. Señale por grado de importancia ¿Cuáles son las principales actividades económicas desarrolladas en la comunidad de Llaullini?

() Minería

() Generación de energía eléctrica

() Turismo

() Ganadería

() Otra.....

ÁMBITO IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

2. ¿Considera que las actividades vinculadas al turismo son económicamente importantes para la comunidad de Llaullini?

Si


No

¿Por qué?.....

<p>3. Señale ¿Qué porcentaje de la población trabaja en las siguientes actividades económicas?</p> <p>() % Minería</p> <p>() % Generación de energía eléctrica</p> <p>() % Turismo</p> <p>() % Ganadería</p> <p>() % Otra.....</p>			
<p>4. ¿En qué ámbitos de la operación turística (<i>guiaje, hospedaje, alimentación, transporte etc.</i>) participan los habitantes de la comunidad de Llaullini? y ¿cuántas personas trabajan en este rubro? (<i>responder con el mayor detalle posible</i>)</p> <p>Respuesta:.....</p> <p>...</p>			
ÁMBITO SOCIAL			
<i>Nivel sociocultural</i>			
<p>5. ¿En qué aspectos cree que el turismo ha afectado al ambiente sociocultural en la comunidad de Llaullini?</p>			
Aspectos positivos		Aspectos negativos	
<p>() Mejoramiento de infraestructura</p> <p>() Acceso a servicios básicos</p> <p>() Generación de fuentes de trabajo</p> <p>() Aporte económico en pro de la comunidad.</p> <p>() Otro.....</p>		<p>() Pérdida de identidad cultural</p> <p>() Hábitos nuevos de comportamiento</p> <p>() nuevos estilos de vida</p> <p>() Uso excesivo del atractivo</p> <p>() Otro.....</p>	
<i>Nivel educativo</i>			
<p>6. ¿Se tienen programas de capacitación turística implementadas en el destino Huayna Potosí, destinadas a capacitar en este rubro a los miembros de las comunidades involucradas en turismo?</p> <p>Si la respuesta es no, ¿Por qué?.....</p> <p>Si la respuesta es sí, pase a la pregunta 7.</p>		Si	No
<p>7. ¿Cada cuánto tiempo se realizan estos cursos de capacitación?</p> <p>Respuesta:.....</p>			

ÁMBITO AMBIENTAL		
8. ¿En el destino turístico Huayna Potosí existe tratamiento de residuos sólidos y líquidos promovidos por esta institución?	Si	No
Si la respuesta es no, ¿Por qué?..... Si la respuesta es sí, pase a la pregunta 9		
9. ¿Cada cuánto tiempo se realizan dichas actividades? Respuesta.....		
ÁMBITO PROMOCIÓN Y FOMENTO AL TURISMO		
10. ¿Cómo promociona las actividades turísticas realizadas en el destino Huayna Potosí? <input type="checkbox"/> Mediante la página web institucional <input type="checkbox"/> Revistas especializadas <input type="checkbox"/> Material gráfico e informativo (trípticos, folletos, postales etc.) <input type="checkbox"/> Ferias turísticas <input type="checkbox"/> Redes sociales (face book, mailing, twitters etc.) <input type="checkbox"/> Otros		
ÁMBITO ACCIONES PARA MEJORAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA		
11. ¿Qué planes, programas o proyectos realiza la institución en pro del fortalecimiento de los destinos de montaña en la actualidad? Respuesta.....		
12. ¿Cuánto de presupuesto tiene su institución, y cuánto del mismo se destina a la ejecución de los proyectos mencionados anteriormente? Respuesta.....		
13. Indique ¿Qué medidas se tomaron en el pasado que coadyuvaron al desarrollo de destino Huayna Potosí? Respuesta.....		
14. Señale ¿Cuáles son los proyectos prioritarios identificados por la institución, que coadyuven el fortalecimiento de los destinos de montaña, como el Huayna potosí? (a futuro) Respuesta.....		
iiiGracias por su colaboración!!!!		

ANEXO N° 5

<p>UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS FACULTAD DE HUMANIDADES Y CS. DE LA EDUCACIÓN</p> <p>CARRERA DE TURISMO</p>	
--	---

<p>Tema: EL ANDINISMO Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO SOCIAL DE LA COMUNIDAD DE LLAULLINI ALEDAÑA AL NEVADO HUAYNA POTOSÍ</p> <p>OBJETIVO: Determinar en qué grado el Andinismo coadyuva al desarrollo social de la comunidad de Llaullini.</p> <p>La presente entrevista fue elaborada por el estudiante y la información obtenida con la misma, es de uso netamente académico.</p>	Código N°	
	Encuestador:	W.A.S.M.
	Ubicación:	Ciudad La Paz
	Lugar:	La Paz - Cordillera Real

CUESTIONARIO - DIRIGIDO A GUÍAS DE TURISMO DE MONTAÑA.

Se le agradece de antemano su colaboración.

- INSTRUCCIONES:**
- Marcar con una **X** en la opción elegida. (*Cuando solo elija una opción*)
 - Marcar como mínimo 3 opciones de acuerdo al grado de importancia de su respuesta, usando los números de 1 al 5
 - Marcar en la casilla que usted considere.
 - Las preguntas abiertas deben responderse de manera clara y concreta.
 - Si la respuesta es la opción "**otros**", especifique su respuesta.

DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

<p>Edad</p> <p>() años</p>	<p>Condición civil</p> <p>() Soltero (a)</p> <p>() Casado (a)</p> <p>() Viudo (a)</p> <p>() Otro.....</p>	<p>Sexo</p> <p>() Femenino</p> <p>() Masculino</p>
------------------------------------	--	---

Residencia <input type="checkbox"/> Ciudad de La Paz <input type="checkbox"/> Ciudad de El Alto <input type="checkbox"/> Comunidad de Llaullini	Nacionalidad <input type="checkbox"/> Boliviano @ <input type="checkbox"/> Extranjero @
ÁMBITO - IDENTIFICACIÓN DE LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES TURÍSTICA EN EL DESTINO	
<p style="text-align: center;"><i>Marcar como mínimo 3 opciones de acuerdo al grado de importancia de su respuesta. 1 - 2 - 3</i></p>	
<p>1. Señale ¿Cuáles son las principales actividades turísticas realizadas en el Huayna Potosí?</p> <input type="checkbox"/> Andinismo <input type="checkbox"/> Trekking <input type="checkbox"/> Ski <input type="checkbox"/> Otros.....	
ÁMBITO - ANDINISMO CARACTERÍSTICAS	
<p style="text-align: center;">NOTA: Marcar solo una opción</p>	
TÉCNICAS	
<p>2. Señale ¿cuáles de estas técnicas de escalada en nieve y hielo conoce?</p> <input type="checkbox"/> Técnicas de movimiento (Progresiones) <input type="checkbox"/> Autodetención <input type="checkbox"/> Técnica de movimientos en hielo. <input type="checkbox"/> Técnicas de progresión (ascenso y descenso) <input type="checkbox"/> Técnicas de anclaje (hielo nieve) <input type="checkbox"/> Técnicas de aseguramiento <input type="checkbox"/> Todas <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Otros.....	
<p>3. ¿Qué cursos de montaña ha realizado para ser guía de montaña?</p> <input type="checkbox"/> Pre formación <input type="checkbox"/> Aspirante a guía <input type="checkbox"/> Guía de montaña internacional <input type="checkbox"/> Otro.....	
PREPARACIÓN FÍSICA	
<p>4. ¿Cómo realiza el proceso de aclimatación para los turistas que escalan el Huayna Potosí?</p> <p>Respuesta.....</p>	
<p>5. ¿Qué tipo de ejercicios realiza para la práctica del Andinismo?</p> <input type="checkbox"/> Ejercicios de resistencia	

- () Ejercicios que regulen la presión cardiaca
- () Ejercicios de fortalecimiento muscular
- () Otros.....

6. ¿ La preparación física la realiza en:

- () En un Gimnasio
- () En Casa
- () En la misma montaña
- () Otros.....

EQUIPO ESPECIALIZADO

7. ¿Existen tiendas donde se pueda comprar y/o alquilar el equipo requerido para ascenso de montañas en las ciudades próximas?

- () Si
- () No

NOTA: si la respuesta es sí, responder la pregunta N° 8

8. ¿Cuántas tiendas especializadas en este rubro existen?

Respuesta:.....

9. ¿Cómo calificaría la calidad de los equipos alquilados para el ascenso a las montañas?

- () Muy Buenos
- () Buenos
- () Regulares
- () Malos
- () Muy Malos

ÁMBITO - OPERACIÓN TURÍSTICA

NOTA: Marcar como mínimo 3 opciones de acuerdo al grado de importancia de su respuesta, usando los números de 1 al 5

10. Aproximadamente ¿Cuántas agencias de viaje especializadas en turismo de montaña existen en La Paz?

Respuesta:.....

11. Señale ¿Cuántos turistas por día conduce al nevado Huayna Potosí en temporada?

Temporada alta	Temporada baja
<input type="checkbox"/> 1 a 3	<input type="checkbox"/> 1
<input type="checkbox"/> 4 a 6	<input type="checkbox"/> 2
<input type="checkbox"/> 7 a 9	<input type="checkbox"/> 3
<input type="checkbox"/> más de 10	<input type="checkbox"/> más de 4
<input type="checkbox"/> Otro.....	<input type="checkbox"/> Ninguno
	<input type="checkbox"/> Otro.....

12. Señale ¿Cuántos grupos de turistas escalan el Huayna Potosí por temporada?

Temporada alta	Temporada baja
<input type="checkbox"/> 1 a 5	<input type="checkbox"/> 1 a 3
<input type="checkbox"/> 6 a 10	<input type="checkbox"/> 4 a 6
<input type="checkbox"/> 11 a 15	<input type="checkbox"/> 7 a 9
<input type="checkbox"/> 16 de 20	<input type="checkbox"/> Más de 10
<input type="checkbox"/> Más de 21	<input type="checkbox"/> Otro.....
<input type="checkbox"/> Otro.....	

13. Indique ¿Cómo los refugios asentados en el destino, enlazan su producto y/o servicios al paquete organizado por una agencia de viajes?

- Se tienen alianzas comerciales con las mismas
- Los refugios tienen agencias en las ciudades próximas
- Mediante reservas realizadas con anterioridad
- Se solicita ese servicio cuando se llega al destino
- Otros.....

14. ¿Qué tipo de transporte usan las agencias de viaje para el traslado del turista al destino?

- Movilidades particulares (taxis, minibuses, Jeeps 4x4, etc.)
- Movilidades propias de la agencia
- Transporte turístico especializado
- Transporte público
- Otro.....

15. ¿En el tema de alimentación, a quienes contratan las agencias de viajes para la prestación de dicho servicio?

- Chefs especializados
- Cocineros y ayudantes de cocina capacitados
- Pobladores locales capacitados

<p>() Otros.....</p>
<p>16. Los guías de montaña que contratan las agencias de viajes son:</p> <p>() Guías UIAGM () Guías en formación () Guías locales () Guías Empírico () Otro.....</p>
<p>17. ¿En qué ámbitos de la prestación de servicios turísticos participa la población de Llaullini en el destino Huayna Potosí?</p> <p>() Servicios de hospedaje () Servicios de alimentación () Servicios de transporte () Guías locales () Arrieros () Porteadores () Otro.....</p>
<p>18. ¿Cuales son las mejoras de infraestructura turística que percibe en el Destino Huayna Potosí en estos últimos 5 años?</p> <p>() Construcción de refugios de montaña () Señalización Turística () Mejoramiento de caminos y vías de acceso () Dotación de servicios básicos () Centros de monitoreo () Otros.....</p>
<p>19. Señales ¿Cómo la actividad del Andinismo ha contribuido al desarrollo social de la comunidad de Llaullini, en el Huayna Potosí?</p> <p>() Acceso a servicios básicos () Trabajos directos e indirectos () Venta de artesanías () Cobro de ingreso al destino () Otro.....</p>
<p>20. Señale ¿Qué tipo de proyectos deberían priorizarse para el desarrollo del turismo de montaña?</p> <p>() Proyectos carreteros (caminos) () Capacitación y formación de los recursos humanos () Señalización Turística () Diversificación de las actividades en los destinos () Dotación de servicios básicos en el destino () Construcción de infraestructura turística (refugios en campos base)</p>

- Normar las actividades de turismo de aventura
- Otros.....

ÁMBITO – REMUNERACIÓN DEL GUÍA DE MONTAÑA

21. De acuerdo a su formación profesional usted es un guía:

- Guía UIAGM
- Guía en formación
- Guía loca
- Guía Empírico
- Otro.....

22. ¿Cada cuánto tiempo realiza un ascenso al nevado Huayna Potosí?

Temporada alta	Temporada baja
<input type="checkbox"/> Todos los días de la semana	<input type="checkbox"/> 1 vez a la semana
<input type="checkbox"/> 3 veces por semana	<input type="checkbox"/> 3 veces por semana
<input type="checkbox"/> 1 vez por semana	<input type="checkbox"/> Todos los días de la semana
<input type="checkbox"/> Otro.....	<input type="checkbox"/> No realiza ascensos
	<input type="checkbox"/> Otro.....

23. Aproximadamente ¿cuánto cobra por su servicio de guía de montaña al Huayna Potosí?

Respuesta.....

24. El cobro que realiza por la prestación de servicios como guía de montaña es por:

- Por Grupo (cordada)
- Por pax. (persona)
- Por exploración

25. ¿Cuánto gana (propinas) por guiar un grupo de turistas al nevado Huayna Potosí?

Respuesta.....

26. ¿Las agencias que lo contratan le brindan algún seguro contra accidentes que podrían ocurrir mientras desempeña su trabajo?

- Si
- No

27. Del 100% del cobro que realiza una agencia de viaje para la organización de un paquete turístico, señale ¿cómo se distribuye el mismo en términos porcentuales para la organización de dicho paquete?

- () % Para la agencia de viajes
- () % Hospedaje
- () % Transporte
- () % Alimentación
- () % Guías
- () % Porteadores/ arrieros
- () Otro gastos.....

28. Aproximadamente ¿Cuánto cuesta un paquete turístico todo incluido para escalar el Huayna Potosí?



Respuesta.....

29. Indique por orden de importancia ¿Qué medidas se deberían tomar para mejorar las condiciones laborales de los guías de montaña?

- () Seguros de vida
- () Dotación de equipos de seguridad de calidad
- () Considerar al guía como trabajador de planta de las agencias de viajes
- () Constante capacitación y actualización de conocimientos
- () Otro.....

!!!Gracias por su colaboración!!!!

ANEXO Nº 6			
UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS - FACULTAD DE HUMANIDADES Y CS. DE LA EDUCACIÓN - CARRERA DE TURISMO			
Código de Boleta			Fotografía del entrevistado
Tema: EL ANDINISMO Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO SOCIAL DE LA COMUNIDAD DE LLAULLINI ALEDAÑAS AL NEVADO HUAYNA POTOSÍ EN EL AÑO 2011			
Objetivo: Determinar en qué grado el Andinismo coadyuva al desarrollo social de la comunidad de Llaullini próxima al nevado Huayna Potosí.			
DATOS GENERALES			
Nombre del entrevistado:			
Cargo que ocupa:			
Institución:			
Nº Telefónico de la institución:			
E-Mail:			
Sitio Web:			
Fecha de entrevista			
Su área de intervención es a nivel			
<input type="checkbox"/> Nacional	<input type="checkbox"/> Departamental	<input type="checkbox"/> Municipal	Otro.....
Instituciones con las que su organización se relaciona en temas turísticos			
Si su relación es buena marque con un ()		↙	Si su relación es mala marque con una (X)
Si no tiene ningún tipo de relación marque con una (---)			
Públicos		Privados	
Viceministerio de turismo		Operadoras y agencias de viajes	
Gobierno Departamental		Comunidades con vocación turística	
Gobierno Municipal		Asociación de guías de turismo	
Universidades		Universidades	
Otros:		Otros:	

ANEXO Nº 6.1			
UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS - FACULTAD DE HUMANIDADES Y CS. DE LA EDUCACIÓN - CARRERA DE TURISMO			
Código de Boleta			Fotografía del entrevistado
Tema: EL ANDINISMO Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO SOCIAL DE LA COMUNIDAD DE LLAULLINI ALEDAÑAS AL NEVADO HUAYNA POTOSÍ EN EL AÑO 2011			
Objetivo: Determinar en qué grado el Andinismo coadyuva al desarrollo social de la comunidad de Llaullini próxima al nevado Huayna Potosí.			
DATOS GENERALES			
Nombre del entrevistado:			
Cargo que ocupa:			
Institución:			
Nº Telefónico de la institución:			
E-Mail:			
Sitio Web:			
Fecha de entrevista			
Su área de intervención es a nivel			
<input type="checkbox"/> Nacional	<input type="checkbox"/> Departamental	<input type="checkbox"/> Municipal	Otro.....
Instituciones con las que su organización se relaciona en temas turísticos			
Si su relación es buena marque con un () 		Si su relación es mala marque con una (X)	
Si no tiene ningún tipo de relación marque con una (---)			
Públicos		Privados	
Viceministerio de turismo		Operadoras y agencias de viajes	
Gobierno Departamental		Comunidades con vocación turística	
Gobierno Municipal		Asociación de guías de turismo	
Universidades		Universidades	
Otros:		Otros:	

ANEXO Nº 6.2			
UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS - FACULTAD DE HUMANIDADES Y CS. DE LA EDUCACIÓN - CARRERA DE TURISMO			
Código de Boleta			Fotografía del entrevistado
Tema: EL ANDINISMO Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO SOCIAL DE LA COMUNIDAD DE LLAULLINI ALEDAÑAS AL NEVADO HUAYNA POTOSÍ EN EL AÑO 2011			
Objetivo: Determinar en qué grado el Andinismo coadyuva al desarrollo social de la comunidad de Llaullini próxima al nevado Huayna Potosí.			
DATOS GENERALES			
Nombre del entrevistado:			
Cargo que ocupa:			
Institución:			
Nº Telefónico de la institución:			
E-Mail:			
Sitio Web:			
Fecha de entrevista			
Su área de intervención es a nivel			
<input type="checkbox"/> Nacional	<input type="checkbox"/> Departamental	<input type="checkbox"/> Municipal	Otro
Instituciones con las que su organización se relaciona en temas turísticos			
Si su relación es buena marque con un () <input checked="" type="checkbox"/>		Si su relación es mala marque con una (X)	
Si no tiene ningún tipo de relación marque con una (---)			
Públicos		Privados	
Viceministerio de turismo		Operadoras y agencias de viajes	
Gobierno Departamental		Comunidades con vocación turística	
Gobierno Municipal		Asociación de guías de turismo	
Universidades		Universidades	
Otros:		Otros:	

