

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS**



**“PLANEACION ESTRATÉGICA PARA LA ASOCIACION COLOMBÓFILA
ALAS DEL ILLIMANI-ACAI”**

**MODALIDAD DE TITULACIÓN PARA OPTAR POR EL GRADO DE
LICENCIATURA, PETAENG.**

MODALIDAD DE ACTUALIZACION

Por: José Luis Huanca Cocarico

La Paz-Bolivia

2018

DEDICATORIA

A mi madre Salomé Cocarico C. En toda mi vida siempre estuviste cuando más te necesite, inculcándome que pese a todo, no desistir jamás, le agradezco a Dios por ser tu hijo.

A mi padre Toribio Huanca, No por evitarme las dificultades de mi vida, sino más bien por enseñarme a superarlas.

A mis Hijitos Franco, Ariel y Anderson por ser fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más. A veces la vida no es justa y si bien no estamos juntos siempre están conmigo.

A mis hermanas (os) Ana, Mónica, Mery, Carlos y Elvis, quienes creyeron en mí, por su apoyo constante e incondicional, son parte de lo mejor que me regaló esta vida.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, pilar fundamental en mi vida, dándome siempre fortaleza para poder seguir luchando por mis sueños, venciendo así todas las adversidades que se han presentado en mi camino.

A la UMSA, docentes, administrativos y amigos de mi carrera, quienes inspiraron en mí el espíritu de superación constante.

A la Dra. Delia Sillerico Peña y Lillo y Dr Juan Carlos Ruiz por su amistad y apoyo constante e incondicional.

A mis familiares y amigos que de una u otra forma contribuyeron a la realización de este proyecto.

Mil gracias a cada uno de ustedes por hacer que este sueño se tornase realidad.

**PLANEACION ESTRATÉGICA PARA LA ASOCIACIÓN COLOMBÓFILA
ALAS DEL ILLIMANI**

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene como objetivo proponer un plan estratégico para la organización colombófila en Bolivia denominada: “Asociación Colombófila Alas del Illimani ACAI”, (9 de enero de 2010), organización privada sin fines de lucro, creada para organizar y conducir la práctica del deporte de la Colombofilia en el departamento de La Paz, entendiéndose por colombofilia, la práctica deportiva consistente en la cría , adiestramiento , entrenamiento y competición de la paloma mensajera o de carrera, cuya finalidad principal es la deportiva.

La planeación estratégica es mucho más que un simple proceso de previsión pues exige establecer metas y objetivos claros y lograrlos durante periodos específicos, con el fin de alcanzar la situación futura planeada, por consiguiente el presente trabajo pretende, ser un aporte para el fortalecimiento institucional en la gestión deportiva de la organización a través de la práctica de la planificación, como un instrumento de crecimiento institucional con directa relación al desarrollo del deporte recreativo.

El siguiente trabajo contiene un análisis de la problemática que atinge a la institución, el análisis de la situación bajo el enfoque FODA, el diagnóstico de la investigación, formulación de la misión, visión, búsqueda de valores, los objetivos, políticas y estrategias institucionales que contribuyan al logro de los resultados, efectos e impactos de mediano y largo plazo, coadyuvando al desarrollo humano a través de la práctica de la actividad deportiva recreativa en el departamento de La Paz.

Planeación estratégica para la Asociación Colombófila

Alas del Illimani ACAI

Contenido:

CAPITULO I ASPECTOS GENERALES	1
1.1 INTRODUCCION.....	1
1.2 RESUMEN.....	2
1.3 ANTECEDENTES.....	3
1.4 OBJETIVO GENERAL Y ESPECIFICOS.....	8
1.4.1 Objetivo general.....	8
1.4.2 Objetivos Específicos.....	8
1.5 JUSTIFICACION.....	8
1.6 ALCANCE.....	9
1.6.1 Delimitación Temática.....	9
1.6.2 Delimitación Espacial.....	9
1.6.3 Delimitación Temporal.....	10
CAPITULO II METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	11
2.1 METODO DE INVESTIGACION.....	11
2.2 TIPO DE INVESTIGACION.....	11
2.3 TECNICAS DE INVESTIGACION.....	11
CAPITULO III MARCO TEORICO	13
3.1 PLANIFICACION.....	13
3.2 ESTRATEGIA.....	13
3.2.1 Jerarquía de las estrategias.....	13
3.2.2 Tipos de estrategias.....	14
3.3 PLANIFICACION ESTRATÉGICA.....	15
3.3.1 Antecedentes de la planificación estratégica.....	16
3.3.2 Proceso de la planificación estratégica aplicada.....	18
3.3.2.1 Planeación para planear.....	18
3.3.2.2 Monitoreo del entorno.....	19
3.3.2.3 Consideraciones para su diseño.....	20
3.3.2.4 Búsqueda de valores.....	20
3.3.2.5 Formulación de la misión, visión y objetivos... ..	20
3.3.2.6 Diseño de la estrategia del negocio.....	22
3.3.2.7 Auditoria del desempeño y análisis de brechas.....	23
3.3.2.8 Integración de los planes.....	24
3.3.2.9 Planeación de contingencias.....	24
3.3.2.10 Implementación.....	25
3.4 CONCEPTO Y TIPOLOGIA DEL DEPORTE.....	25
3.4.1 Deporte de recreación.....	26

3.4.2 Deporte de competición.....	26
3.5 COLOMBOFÍLIA.....	26
3.6 PALOMA MENSAJERA O DE CARRERA.....	27
CAPITULO IV MARCO LEGAL.....	29
4.1 CONSTITUCION POLÍTICA DEL ESTADO.....	29
4.2 LEY DEL DEPORTE.....	29
CAPITULO V MARCO PROPOSITIVO.....	31
5.1 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA.....	31
5.2 PLAN ESTRATÉGICO.....	31
5.2.1 Compromiso e identificación.....	31
5.2.2 Búsqueda de valores.....	31
5.2.3 Formulación de la Misión.....	33
5.2.4 Propuesta de Visión.....	33
5.2.5 Identificación de las Áreas de éxito.....	34
5.2.5.1 Fortaleza institucional.....	34
5.2.5.2 Desarrollo deportivo.....	34
5.2.6 Organigrama.....	35
5.3 FORULACION DE OBJETIVOS ESTRATEGICOS.....	36
5.3.1 Constitución Legal.....	36
5.3.2 Fortalecer la reglamentación deportiva.....	36
5.3.3 Sistema de Información.....	36
5.3.4 Programación oficial del plan de Vuelo.....	36
5.3.5 Posicionamiento de la Asociación.....	37
5.4 FORMULACION DE POLÍTICAS INSTITUCIONALES.....	37
5.4.1 Adecuación de las normas de la F.C.I.	37
5.4.2 Conformar un sistemas de información deportiva.....	37
5.4.3 Adecuación de las normas de la F.C.I.	38
5.4.4 Promoción de la Colombofilia.....	38
5.5 FORMULACION DE ESTRATEGIAS.....	38
5.5.1 Reglamentos específicos.....	38
5.5.2 Desarrollar un sistema de información deportiva.....	39
5.5.3 Elaboración de la programación oficial de carreras.....	39
5.5.4 Fomentar el deporte colombófilo.....	40
5.6 FINANCIAMIENTO.....	41
CAPITULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	42
6.1 CONCLUSIONES.....	42
6.2 RECOMENDACIONES.....	43
BIBLIOGRAFIA	
ANEXOS	

CAPITULO I ASPECTOS GENERALES

1.1 INTRODUCCION.

La asociación deportiva denominada: “ASOCIACION COLOMBOFILA ALAS DEL ILLIMANI ACAI”, iniciara un proceso de cambio a través del proceso de Planificación Estratégica, del cual se pretende, llevará a la misma a un mejoramiento continuo en la búsqueda de mejores niveles de calidad, excelencia y competitividad a nivel local, nacional e internacional. Entre los modelos conceptuales para llevar a cabo los procesos de cambio y modernización de las organizaciones está la Planificación Estratégica. Este modelo se convierte en una necesidad para las organizaciones que deseen proyectar su gestión a través del tiempo y sobre todo de mantenerse asegurado su sostenibilidad.

El presente trabajo pretende, ser un aporte para el fortalecimiento institucional en la gestión deportiva de la “Asociación Colombófila Alas del Illimani” a través de la práctica de la planificación, como un instrumento de crecimiento institucional con directa relación al desarrollo del deporte recreativo en el departamento.

La “Asociación Colombófila Alas del Illimani ACAI” es la institución privada sin fines de lucro, creada para organizar y conducir la práctica del deporte de la Colombofilia en el departamento de La Paz. Por consiguiente el presente trabajo contiene un análisis de la problemática que atinge a la institución, el análisis de la situación bajo el enfoque FODA, el diagnóstico de la investigación, los objetivos, políticas, estrategias institucionales que contribuyan al logro de los resultados, efectos e impactos de mediano y largo plazo, coadyuvando al desarrollo humano a través de la práctica de la actividad deportiva del departamento de La Paz.

1.2 RESUMEN.

La primera función básica del proceso administrativo es la planificación; esta significa anticiparse al futuro; es decir, lo que se hará y los objetivos que se alcanzarán en el futuro, definir hacia donde se quiere ir y qué camino seguir, para ello es necesario ver que se necesita, que problemas existen, con que potenciales se cuenta, que recursos se tiene y como se los distribuye para llegar de mejor manera al Objetivo.

La “Asociación Colombófila Alas del Illimani ACAI” es una institución dedicada a la práctica del deporte de la Colombofilia en La Paz, si bien continúa el entusiasmo por ser la primera institución colombófila fundada en Bolivia. En la realización de sus actividades se observa la falta de instrumentos e información específica de la forma correcta de desarrollar sus actividades, esta institución por diversos factores expuestos en el presente estudio no ha podido delinear las directrices que respondan al desafío de lograr su desarrollo y en consecuencia, permita crear las condiciones adecuadas para superar las actuales limitaciones.

Con la finalidad de coordinar acciones que promuevan una adecuada organización y desarrollar todas las estrategias necesarias que le permitan su expansión y crecimiento es que se presenta como propuesta diseñar un modelo de planeación estratégica aplicada que le permita establecer la base para la formulación y consecución de objetivos institucionales lo cual viene a constituir una alternativa de solución de las muchas que podrían existir a la problemática analizada en la “Asociación Colombófila Alas del Illimani” En este sentido el diseño de la Planificación Estratégica Aplicada incluye los siguientes elementos: misión, visión, estrategia de negocios, estrategias funcionales, políticas, finalmente se puede afirmar que tanto el objetivo general como también los objetivos específicos del presente trabajo han sido alcanzados, así como el aporte de la investigación para esta institución le es beneficiosa y las

condiciones son favorables para que mediante una buena gestión de la institución se proyecte en mejores condiciones al futuro.

En el primer capítulo se muestra un aspecto general sobre el tema a través de las diferentes justificaciones, planteamiento del problema, determinación de objetivos y alcances. El capítulo segundo nos presenta la metodología, técnicas e instrumentos de investigación. El tercer capítulo nos muestra el marco teórico conceptual que se constituye en la base de la exposición de los conceptos, definiciones, teorías y modelos referidos al tema. En el cuarto capítulo los aspectos legales a los cuales la organización está sujeta. El capítulo quinto nos presenta la propuesta del plan estratégico como respuesta a los problemas encontrados y de esta manera mejorar el funcionamiento de la organización. Finalmente se presenta las conclusiones y recomendaciones de la respectiva propuesta.

1.3 ANTECEDENTES.

En general la crianza de palomas se clasifica básicamente en dos categorías:

- a) Colombicultura, aquellas razas que se caracterizan por su rendimiento (producción de carne) y las decorativas o de fantasía, cuyo objetivo principal es buscar factores exógenos ideales de sus ejemplares, que se aproximen al máximo a los estándares establecidos¹.
- b) La Colombofilia: la práctica deportiva consistente en la cría, adiestramiento, suelta, entrenamiento y competición de la paloma de carrera o mensajera, cuya finalidad principal es la deportiva². Precisamente el área de nuestro estudio. Este está regido a nivel mundial por la Federación Colombófila Internacional (F.C.I.) teniendo su sede en Brúcelas-Bélgica.

¹ <https://www.carlosmarquezprats.com/documentos/El%20ARTE%20DE%20SOLTAR%20MENSAJERAS->

² <https://www.boe.es/buscar/pdf/2011/BOE-A-2011-4631-consolidado.pdf>. Ley 4/2011, de 18 de febrero, Artículo 2, Título I, de Fomento de la Colombofilia Canaria y Protección de la Paloma Mensajera de la Comunidad Autónoma de Canarias.

La paloma mensajera en la historia ha sido de gran utilidad al hombre y se estima el medio más idóneo en los casos de incomunicación técnica, en razón de su eficacia y a las dificultades que presenta su detección e interceptación.

La primera manifestación histórica de la paloma mensajera es una pintura de los hipogeos de Medinet-Abú, que representa una suelta de palomas para anunciar el advenimiento de Ramsés III , los Faraones se servían de ellas para comunicarse con las ciudades del Imperio, transmitir el volumen de las crecidas del río Nilo, etc. En aquella misma época los Griegos fueron los primeros en descubrir y utilizar el gran poder de orientación de la paloma para dar a conocer de forma casi inmediata los nombres de los ganadores de los juegos olímpicos.

Entre los siglos XII y XIV, los sultanes de Bagdad tenían una red de mensajeras que enlazaban aquella ciudad con otras importantes urbes de Oriente Medio, como El Cairo, Alejandría, y Damasco.

La Paloma mensajera retorno a Europa de la mano de los cruzados, quienes quedaron sorprendidos de la maestría demostrada por las colonias aladas árabes en los sitios de Jerusalén, San Juan del Acre y Mansoura. Fue también en sitios de ciudades Europeas de Leyde y Venecia (1204), donde por primera vez en Europa se usaron las palomas mensajeras con fines militares.

El 18 de Junio de 1815, Batalla de Waterloo, el vencedor Wellington, había transmitido la noticia por el telégrafo óptico militar (experimental) , Las dos primeras palabras de la noticia acababan de transmitirse cuando la niebla interrumpió la lectura. Se creyó en Londres, y no sin horror, haber descifrado la totalidad del mensaje: "Wellington vencido", la bolsa se hundió y sin embargo el banquero Nathán de Rothschild, por medio del correo a través de palomas mensajeras de su empresa, conoció rápidamente en Londres, la derrota de Napoleón en

Waterloo. Cogió la suerte al vuelo y adquirió a precios irrisorios una cantidad de títulos, rentas del Estado, la mayoría tirados al mercado. Tres días más tarde, la niebla desapareció y el mensaje llegó por fin a Londres: “Wellington vencido a los franceses en Waterloo...” La bolsa volvió a subir como una flecha. Rothschild era el hombre más rico y fundador de una dinastía de banqueros de Inglaterra.³

En 1818 se funda en Bélgica la primera sociedad colomboyfila. Las actuales mensajeras campeonas son descendientes de aquellas primitivas mensajeras de Bagdad, a través de una línea que pasó de los árabes a los Países Bajos, en donde proliferaron centros de cría a partir del siglo XIII. Años después, financieros Belgas utilizaban palomas para conocer, antes que sus competidores, los resultados de las bolsas de Londres y París, ganado verdaderas fortunas en el proceso, por lo que las palomas más rápidas eran las más cotizadas. La competición y por tanto el deporte colomboyfílo habían nacido.

Fue la clase obrera la que popularizó éste deporte, Se empezaron a organizar las carreras de palomas con apuestas en metálico. Al principio las carreras se resolvían a la vista, es decir, ganaba la que primero se posaba en su palomar. Posteriormente inventaron el “reloj constatador” la paloma retornaba con la banda elástica de goma, el cual se introducía en el constatador que imprimía la hora de llegada. Conociendo la distancia volada (en Km) y el tiempo invertido en recorrerla (en horas) , fue posible calcular la “velocidad” (Kms/horas). Desde entonces las carreras de palomas se resuelven por la velocidad.

En la Primera Guerra Mundial (1914-1918) una vez más, el uso de palomas mensajeras fue una constante entre ambos bandos, demostraron toda su capacidad y aun volando en pésimas condiciones. Los aviones y barcos de guerra siempre llevaban una dotación de palomas mensajeras.

³ FEDERACION Colomboyfíla mensajera Balear, “Alas sobre el mediterraneo”, España, 1980, N° 106, Pag.5

En la segunda Guerra Mundial. (1939-1945) Los alemanes siempre confiaron en el sistema de las palomas mensajeras y fue ampliamente utilizado en todos los frentes, en especial por los espías alemanes situados en Gran Bretaña. El Mayor Osman fue el responsable del Servicio Nacional de palomas mensajeras del ejército británico, se estableció como norma que los bombarderos llevaran dos palomas con cada tripulación, lo que salvándose las vida de varias tripulaciones al fallar la comunicación vía radio. Se creó el M.I.-14 que era una sección de espionaje al enemigo mediante el uso de palomas. (Ver Anexo N°3).

En la actualidad su uso es casi exclusivamente deportivo, aunque diferentes ejércitos mantienen unidades especializadas. El primer concurso colomófilo que se conoce data del 15 de Junio de 1820. Es en esa época cuando los diferentes ejércitos establecen la aplicación militar de la colomofilia. Actualmente, la competición más larga se efectúa desde Barcelona (España) hasta el norte de Holanda (aprox. 1100km). En el que participan colomófilos de Francia, Bélgica, Alemania, Portugal, suiza, Italia, Etc.

En nuestro medio, gracias a la información obtenida se puede afirmar que en el pasado existían personas dedicadas a esta actividad pero de manera aislada. La referencia de una organización más seria data de la década de los 70 en la ciudad de Cochabamba con el "Circulo Colomófilo de Cochabamba"⁴ iniciativa de personas inmigrantes radicadas en el departamento, tal el caso del ciudadano Alemán: José H. Schneider (La Paz) y el eminente escritor Argentino Rodolfo Bellani, homenajeado por la Federación Colomófila Argentina por su trayectoria Internacional y esfuerzos en bien de este noble deporte, además del Norteamericano Herbert Hunter, funcionario de USAID que trajo ejemplares de la United States Army. Personajes que importaron razas Europeas afamadas a nivel mundial (Delbar, Gurnay, Grooters, etc...) pero lamentablemente, ya sea por el desconocimiento de sus potenciales

⁴ FEDERACION Colomófila Española: "Colomofilia Mensajera", España, 1975, N° 250, Pag.24

usos o la falta de una cultura colombófila, fueron desapareciendo, contrariamente a lo sucedido en Europa. Gracias a los esfuerzos de unos pocos como los señores: Vidal Salinas y German Armendia, que supieron conservarlas, es que algunos de sus descendientes sobrevivieron hasta nuestros días. (Ver Anexo N°4).

Es en este contexto y debido a un mayor acceso a la información una nueva generación de entusiastas colombófilos de La Paz, que las más de las veces vieron truncadas sus expectativas, buscaron organizarse y el año 2009 conformaron un primer comité organizador (Ver Anexo N°5), causando gran expectativa en los círculos colombófilos del país, debido al éxito alcanzado, en fecha 9 de enero de 2010 se funda la 1ra organización colombófila de Bolivia denominada: "Asociación Colombófila Alas de Illimani ACAI", constituyéndose de esta manera en un referente en el contexto nacional, teniendo como objetivo principal el organizar y promocionar el deporte colombófilo. Este hecho repercute en el contexto nacional y posibilita posteriormente la creación de otras organizaciones similares: Asociación Colombófila de La Paz (La Paz), Asoc. Col. La Valiente Mensajera (Oruro), Asoc. Col. de Cochabamba, Asoc. De colombicultures de Bolivia (Potosí), etc...

En el presente se tiene estrecha relación con las más importantes Federaciones de Sudamérica, como la Federación Colombófila de la Argentina (FCA) y la Federacao Brasileira de Columbofilia (FBC) entes afiliados a la Federación Colombofilia Internacional (FCI).

Es en este contexto, que en los últimos años, se manifiesta la carencia de instrumentos legales, limitaciones en los mecanismos de administración y planificación que conllevaron a una deficiente programación de sus actividades.

Así mismo se tiene debilidad en la generación de políticas institucionales que generen cursos de acción en fortalecimiento de su desarrollo deportivo. Por lo cual se ve necesario

implementar un plan estratégico que nos permita alcanzar nuevos objetivos para generar una ventaja competitiva y de esta manera mejorar su desempeño organizacional que le permita encarar en mejores condiciones su futuro.

1.4 OBJETIVO GENERAL Y ESPECIFICOS.

1.4.1 Objetivo General.

Diseñar y proponer un modelo de planeación estratégica para la “Asociación Colombófila Alas del Illimani ACAI”.

1.4.2 Objetivos Específicos.

- Realizar una evaluación, a través de un diagnóstico institucional y así tener un mejor conocimiento de la situación actual de la organización.
- Identificar sus objetivos.
- Analizar sus capacidades organizacionales.
- Identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.
- Formular políticas, estrategias y proyectos para la entidad que contribuyan al fortalecimiento de este deporte en el departamento de La Paz.

1.5 JUSTIFICACION.

Al ser el deporte parte fundamental de una sociedad, se constituye en instrumento que incentiva a formas de vida más saludables y fomenta la creación de valores sociales que favorecen a las personas y consiguientemente a nuestra sociedad. Bajo este contexto se consideró realizar un diagnóstico de la misma para lo cual fue necesario el relevamiento de la información respecto al manejo de instrumentos que le permitan llevar adelante la gestión, posteriormente observar y analizar todos los criterios de planeación que de manera implícita o

explícita desarrolla actualmente esta organización y compararlos con los conocimientos de la ciencia a fin de determinar los efectos y perspectivas de su aplicación.

Por medio de una investigación exploratoria que se llevó a cabo en la organización se logró identificar: La necesidad de la organización por tener personería jurídica, falta de planeación en sus actividades, la ausencia de una visión empresarial, reducida incorporación de avances tecnológicos necesarios para el desarrollo de sus actividades, falta de conocimientos específicos en colombofilia y la forma de implantarlos en nuestro país, ausencia de un plan estratégico institucional aprobado y consensuado.

Todas estas características representan los elementos causa de aplicación de la planificación estratégica, provocando limitaciones en la ventaja competitiva y su potencial desarrollo. La motivación de realizar el presente trabajo se basa en el firme propósito de ofrecer elementos para planificar una situación futura de esta institución. Esto a través de la planificación estratégica, el cual debe permitir el diseño de la misión de la institución además de un mejor aprovechamiento y optimización de sus recursos, para el beneficio de los socios e institución.

1.6 ALCANCE.

1.6.1 Delimitación Temática.

El alcance temático se enmarca en el área de Planificación.

1.6.2 Delimitación Espacial.

El presente estudio se realizó en las ciudades de La Paz y el Alto, tomando el caso particular de la Asociación Colombófila Alas del Illimani ACAI.

1.6.3 Delimitación Temporal.

El estudio se desarrollara en el primer semestre de la gestión 2018.

CAPITULO II METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.

2.1 MÉTODO DE INVESTIGACION.

Debido a las características de la investigación el método empleado en la presente investigación es el inductivo puesto que es una forma de razonamiento que va de los hechos concretos y particulares para llegar a establecer principios y conclusiones de tipo general⁵. Por consiguiente se realizara en primera instancia un proceso de recolección de datos y relevamiento de la información pertinente en sus diferentes instancias con la finalidad de lograr un diagnostico general y así plantear el modelo de Planificación Estratégica.

2.2 TIPO DE INVESTIGACION.

La presente monografía adopta el tipo de investigación descriptivo: “Es aquel proceso que realiza una narración de situaciones y hechos buscando especificar características relacionadas con el objeto de estudio, ya sean: cosas, personas, grupos, organizaciones u otros”⁶.

La razón para el uso de este tipo de investigación se basa en la necesidad de identificar elementos y características de nuestro sujeto de investigación en este caso la Asociación Colombófila Alas del illimani ACAI. A fin de obtener los datos más relevantes y necesarios para el desarrollo de nuestra investigación.

2.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACION.

a) Observación.

⁵ ARANDIA, Lexin :”Metodos y Técnicas de Investigacion y Aprendizaje”, Edit. “Catacora”, La Paz-Bolivia, 2 Ed. 1993, pag 78.

⁶ ARANDIA, Lexin :”Metodos y Técnicas de Investigacion y Aprendizaje”, Edit. “Catacora”, La Paz-Bolivia, 4 Ed. 2006, pag 100.

Es una técnica de la investigación que busca recabar información a través de la acción de observar y mirar detenida y directamente sobre los hechos, cosas, sistemas, personas, organizaciones, etc., haciendo un examen crítico de los mismos. La observación se basa generalmente en dos aspectos: en la experiencia del investigador y en someter conductas a condiciones manipuladas (experimento)⁷.

b) La entrevista.

Consiste en la obtención y registro de datos e información esencialmente primaria, mediante el contacto personal con la fuente, que puede ser una persona o grupo de personas, a través de conversaciones de naturaleza profesional o técnica sobre el tema que estamos investigando. Es una técnica aplicada en forma de dialogo y sometida a una dirección sistemática, que está orientada a la obtención de material de primera mano en la investigación, donde se reúnen dos o más personas para dialogar sobre un asunto con propósitos de estudio o la visita que se hace para solicitar la opinión de alguien sobre un tema⁸.

Se aplicará esta técnica con los personajes eminentes de la colombofilia en Bolivia radicados en nuestro departamento, así también se elaboró una guía de entrevista (entrevista estructurada) para los socios y dirigentes de la Asociación Colombófila Alas del Ilimani.

⁷ ARANDIA, Lexin: " Métodos y Técnicas de Investigación y Aprendizaje", Edit. "Catacora", La Paz- Bolivia 2 Ed. 1993, pág. 107.

⁸ Idem, pág. 117.

CAPITULO III MARCO TEORICO.

3.1 PLANIFICACIÓN.

La planificación es el proceso consiente de selección del mejor curso de acción para lograr el objetivo. Abarcando dentro del mismo todos los pasos esenciales para conducir normalmente una operación y evaluar lo que se espera de ella en términos de su aportación al objetivo y haciendo el mejor uso racional de los recursos humanos y materiales⁹.

Planeación es el proceso de establecer objetivos y escoger el medio más apropiado para el logro de los mismos antes de emprender la acción¹⁰.

3.2 ESTRATEGIA.

La palabra estrategia ha sido utilizada en primera instancia como término militar, posteriormente fue incluida en la planificación como un aspecto relevante para mejorar la conducción de la organización.

La estrategia es un plan unitario, generalmente integrado que relaciona las ventajas estratégicas de la empresa con los retos del medio ambiente. Tiene como propósito garantizar que los objetivos básicos de la empresa se consigan mediante la realización apropiada de los mismos. Por tanto, la meta de la estrategia es determinar y transmitir por medio de un sistema de objetivos y propósitos una imagen cerca del tipo de empresa que es y lo que se desea proyectar de la misma.

3.2.1 Jerarquía de las estrategias.

⁹ JIMENEZ, Castro Wilburg: Introducción al Estudio de la Teoría Administrativa, Fondo de Cultura Económica, México, Pág. 102.

¹⁰ GOODSTEIN Leonard, NOLAN Timothy, PFEIFFER William: Planeación Estratégica Aplicada, Edit. Mc Graw-Hill Interamericana S.A. Colombia, 2001, Pág. 5

El pensamiento estratégico exige que los gerentes identifiquen el conjunto de estrategias que crearán y mantendrán una ventaja competitiva. En las organizaciones diversificadas, las estrategias se inician en cuatro niveles organizacionales diferentes.

- **Estrategia a nivel funcional.** Se dirige a mejorar la eficacia de las operaciones dentro de una compañía, ya que al generar una ventaja competitiva proviene de la necesidad de satisfacer a sus clientes, innovar y el uso eficiente de sus recursos financieros, materiales, humanos y tecnológicos.
- **Estrategia a nivel negocio.** Hace énfasis en el posicionamiento en el mercado para ganar una ventaja competitiva.
- **Estrategia global.** Se refiere a la manera en que se pueden ampliar las operaciones fuera del país de origen para crecer y prosperar en un mundo en el que la ventaja competitiva se determina a nivel global.
- **Estrategia a nivel corporativo.** Resuelve las preguntas fundamentales: ¿En qué negocio o negocios debemos estar para maximizar la rentabilidad de la organización a largo plazo? Y ¿cómo debemos incorporarlos y aumentar nuestra presencia en estos negocios para lograr una ventaja competitiva?

3.2.2 Tipos de estrategias.

Las estrategias se pueden arraigar en todo tipo de lugares extraños, virtualmente donde quiera que las personas tengan la capacidad de aprender y los recursos para apoyar dicha capacidad. En la práctica, las estrategias de la mayoría de las organizaciones con probabilidad son una combinación de acciones y enfoques de negocios planeados (estrategia

internacional) y de reacciones adecuadas a la condiciones imprevistas (respuestas de estrategia “no planeada” ó “de adaptación”)¹¹.

- **Estrategias emergentes**, es una acción no planeada llevada a cabo en respuestas a circunstancia no previstas. Generalmente estas estrategias nacen de la raíces de la organización, de los niveles más bajos y se van ajustando a la estructura de la organización.
- **Estrategias deliberadas o intencionales**, son estrategias planeadas que surgen de un proceso de planificación, es cuando la dirección ha decidido hacer una estrategia, la cual va de arriba hacia abajo en la estructura organizacional.

3.3 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.

La planificación Estratégica es un proceso organizacional, en el que se desarrollan la misión , objetivos, metas y tácticas, así como también la asignación de recursos necesarios para poder llevar adelante el cumplimiento de todo lo propuesto por la organización.

Entonces podemos definir a la Planificación Estratégica como el esfuerzo ordenado para producir decisiones que conforman y guían lo que una organización, empresa o institución quiere conseguir, a partir de su situación actual. La planificación Estratégica como método ofrece aportes positivos, tales como:

- Se puede aplicar a cualquier entidad, sea esta una empresa, una organización comunal, una institución pública o para una persona en particular.
- Enfatiza la visión de futuro, la imagen objetivo que debe guía toda organización. Permite, a través del diagnóstico, diferenciar los aspectos internos y del contexto o del

¹¹ THOMPSON Arthur, STRIKLAND A J: Administración Estratégica, Edición 2001, Ed. Mc Graw Hill-Interamericana, Pág. 10.

entorno. Por ello, establece el límite entre lo interno y lo externo, identificando los factores que influyen sobre los actores sociales involucrados.

- Incorpora el concepto de Misión, como la razón de ser de las organizaciones.
- Por lo tanto, la Planificación Estratégica, nos ayuda a clarificar el futuro ayuda a la toma de decisiones presentes, en función de los cambios que pueden producirse, puede manejar los cambios en el entorno y mejorar el desenvolvimiento de las organizaciones.

3.3.1 Antecedentes de la planificación estratégica.

La planeación estratégica surge a principios del siglo XX, como una respuesta a motivaciones que tenían los agentes económicos de orientar científicamente el proceso de producción hacía metas definidas. Fue aplicado con más intensidad en la Primera Guerra Mundial, a fin de fijar un conjunto de alternativas de ataque en diferentes espacios y momentos. La planificación estratégica se inicia con dos tendencias a) El desarrollo y la sofisticación de las técnicas de presupuestación y b) Búsqueda de medios para la formulación de estrategias corporativas globales.

Durante los años sesenta, la planificación estratégica fue introducida con más fuerza a la planificación empresarial, siendo considerada como un modelo que permite formular objetivos, fijar acciones y determinar estrategias, que conllevan a la ejecución de programas, actividades y proyectos para afrontar de mejor manera el proceso de producción y marketing dentro de un ciclo de horizonte largo, mediano y corto, transformándose en nuestros días en un instrumento para el manejo racional y óptimo de los recursos.

En la actualidad, bajo esta nueva óptica, el plan estratégico se constituye en un procedimiento científico, cuyo proceso sistemático permite realizar las acciones, políticas y estrategias de modo secuencial y simultáneo en las diferentes temporalidades del horizonte de planeación.

Por lo que podemos concluir, que en los años recientes, casi todas las acciones de planificación se han insertado al nuevo concepto estratégico.

La planeación estratégica puede definirse como el proceso administrativo que crea y mantiene una relación viable entre la organización y su medio ambiente a través de la creación de propósitos, objetivos y metas de la corporación “

Al analizar las definiciones anteriores señaladas, todas contienen elementos comunes: Se habla: Se habla de un futuro, de las decisiones actuales, porque la planeación estratégica observa una cadena de causas y efectos por un tiempo, ya que de esta manera permite determinar las mejores decisiones en el presente para poder construir un futuro más seguro, es decir, explotar las oportunidades del presente y peligros que pudieran surgir en un futuro. Dentro de este mismo punto de vista, vale la pena hacer hincapié en que las decisiones tomadas si bien son de carácter flexible se constituyen en los cimientos en los que descansará el destino de la organización, de ahí la vital importancia que tiene al momento de la toma de decisiones.

En lo referente a que representa un proceso implica que, se desenvuelve en una realidad entendida, comenzando con el establecimiento de metas organizacionales, estrategias y políticas. Desarrollar planes para implementarlos y así obtener los fines buscados, además que éste proceso debe caracterizarse por ser continuo ya que el ambiente siempre es cambiante. Se dice que representa una filosofía porque planear no es solo una actividad que se realiza periódicamente, es una actitud, es una verdadera convicción del valor de la planeación estratégica, además de representar un ejercicio mental continuo que incrementará la capacidad de dirección.

El presente trabajo se realiza según el enfoque planteado por el modelo de Planeación Estratégica Aplicada de Goodstein Leonard, Nolan Timoty y Pfeiffer William : El modelo de planeación estratégica aplicada es “el proceso mediante el cual los miembros guía de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo”. Esta visión del estado futuro de la organización señala la dirección en que se deben desplazar las empresas y la energía para comenzar ese desplazamiento¹².

3.3.2 Proceso de la planificación estratégica aplicada.

El modelo de planeación estratégica aplicada se fundamenta en modelos existentes pero difiere de otros en cuanto a contenido, énfasis y proceso. Es especialmente útil para organizaciones sin ánimo de lucro como para empresas y organizaciones industriales; al utilizarlo para la planeación estratégica se proporcionará una nueva dirección y energía a la organización.

Este modelo difiere de otros en su continuo interés en las áreas de aplicación e implementación, no solo después de completarlo, sino en cada paso a lo largo del proceso .A si mismo difiere de otros modelos por su énfasis en la toma de decisiones dirigida por los valores y su fuerte concentración en el proceso creativo de prever el futuro organizacional ideal. Este modelo implica nueve etapas secuenciales (Ver Gráfico N° 1)

3.3.2.1 Planeación para planear.

La tarea previa de este proceso, implica resolver un sinnúmero de preguntas y tomar varias

¹² GOODSTEIN Leonard, GOODSTEIN Leonard , NOLAN Timothy , PFEIFFER William: Planeación Estratégica Aplicada, Edit. Mc Graw-Hill Interamericana S.A. Colombia, 2001, Pág. 5

decisiones, las cuales son muy importantes para el éxito o fracaso final de todo el proceso de planeación. E implica las siguientes preguntas:

- ¿Cuánto compromiso existe con el proceso con el proceso de planeación?
- ¿Quién se debe involucrar?
- ¿Cómo involucrar a los interesados ausentes?
- ¿De qué manera se ajusta el año fiscal de la organización al proceso de planeación?
- ¿Cuánto tiempo empleará?
- ¿Qué información se necesita para planear de manera exitosa?
- ¿Quién necesita analizar los datos?

La planeación para planear incluye responder a estas preguntas y tomar las decisiones necesarias para obtener las respuestas antes de la iniciación de cualquier proceso real de planeación. Estos afectos se deben resolver antes de tomar cualquier decisión.

El primer paso en la planeación para planear consiste en asegurarse de que existe compromiso organizacional ante el proceso, que los participantes clave de la organización, especialmente el director ejecutivo, considere importante el proceso de planeación y estén dispuestos a invertir tiempo y esfuerzo en él, de forma que sea visible para el resto de la compañía.

3.3.2.2 Monitoreo del entorno.

A lo largo de su existencia, las organizaciones deben tomar conciencia de lo que sucede en su entorno y pueda afectarlas; esto es especialmente cierto en el proceso de planeación, En particular, se deben monitorear:

1. El macro entorno.
2. El entorno Industrial.

3. El Entorno competitivo.
4. El entorno interno de la organización.

El proceso de monitoreo del entorno también identifica una variedad de factores internos y externos de la organización, que se consideran parte del proceso de planeación estratégica. En efecto, uno de los beneficios extra de la planeación de la planeación estratégica es que la empresa comprende mejor la forma como se deben realizar el monitoreo del entorno.

3.3.2.3 Consideraciones para su diseño.

Aunque la implementación es el paso final del modelo y el plan estratégico general no se puede poner en marcha hasta llegar a la integración y la revisión, existe una continua necesidad de aplicación e implementación a través del proceso de planeación. Cada fase de dicho proceso contiene aspectos de aplicación que se deben abordar durante la misma y no posponerse hasta la implementación final.

3.3.2.4 Búsqueda de valores.

La búsqueda de valores constituye un examen de los valores de los miembros del equipo de planeación, los valores actuales de la organización, su filosofía de trabajo, los supuestos que comúnmente utiliza en sus operaciones, la cultura organizacional predominante y finalmente, los valores de los grupos de interés en su futuro. En esta búsqueda de valores, el equipo de planeación se desplaza de una concentración individual a un examen más amplio de la empresa y a su funcionamiento como sistema social. La búsqueda de valores constituye el primer paso formal del modelo de planeación estratégica aplicada y es totalmente diferente de las que se encuentra en la mayor parte de los procesos de planeación estratégica.

3.3.2.5 Formulación de la misión, visión y objetivos.

La formulación de la misión implica desarrollar un enunciado claro del tipo de negocio en el que se halla la compañía (o planea estar): una definición concisa del propósito que trata de lograr en la sociedad y/o en la economía. Al formular su misión, una empresa debe responder a cuatro preguntas básicas.

1. ¿Qué funciones desempeña la organización?
2. ¿Para quién desempeña esta(s) función(es)?
3. ¿De qué manera trata de desempeñar la(s) función (es)?
4. ¿Por qué existe esta organización?

La mayoría de las organizaciones tienden a responder a la pregunta “que” en términos de los bienes o servicios producidos para los consumidores. La alternativa recomendada consiste en responder a la pregunta en términos de la necesidad del consumidor o cliente que la organización trata de satisfacer.

La visión es la imagen del futuro que deseamos, muestra dónde queremos ir, como seremos y cuando llegaremos ahí. Con una visión estratégica clara y bien concebida, el administrador podrá guiar verdaderamente la toma de decisiones administrativas, un curso que deberá seguir la organización y una base para modelar la estrategia u las políticas de operación de la misma¹³.

Teniendo definidos la Misión y la Visión de la organización se debe establecer los objetivos estratégicos. Objetivos y planes, son conceptos comunes en nuestra sociedad. Un objetivo es un estado futuro esperado que se intenta hacer realidad. Los objetivos son resultados específicos que se pretende alcanzar en determinado periodo la misión define cual es el

¹³ THOMPSON Arthur, STRIKLAND A J: Administración Estratégica, Edición 2001, Ed. Mc Graw Hill-Interamericana, Pág. 45

negocio de la organización, la visión proporciona la imagen de lo que quiere ser la organización y los objetivos establecen resultados concretos que se requieren alcanzar en un plazo específico. Los objetivos deben ser verificables y cuantificables, para que al final del periodo puedan ser medidos. Los objetivos claros y verificables facilitan la medición del grado de cumplimiento de estos, así como la eficacia y eficiencia de las acciones administrativas.

3.3.2.6 Diseño de la estrategia del negocio.

El diseño de la estrategia del negocio implica el intento inicial de la organización para descubrir en detalle los pasos a través de los cuales se logra la misión de la organización.

En esta fase del proceso, al equipo de planeación se le pide conceptualizar una serie de escenarios futuros específicos. También se le solicita identificar los pasos necesarios para lograrlos, quien será responsable de dichos pasos y cuando se puede dar. Los modelos de la estrategia del negocio que se desarrollan deben reflejar los valores y la misión general creada en las primeras fases del proceso de planeación.

Entonces, el diseño de la estrategia del negocio requiere establecer los objetivos de negocio cuantificados de la organización. El proceso respectivo consiste en tres acciones importantes:

1. Identificar las principales líneas de negocio (LDN) o el perfil estratégico que desarrollará la compañía para cumplir su misión.
2. Establecer los indicadores críticos de éxito (ICE) los cuales posibilitaran que la organización registre su proceso en cada LDN que intente seguir.
3. Identificar las acciones estratégicas mediante las cuales la empresa logrará su visión de la condición futura ideal. Las acciones estratégicas son metas organizacionales que no son ni LDN ni ICE para evaluar estas metas aunque; por lo general, dichas acciones

estratégicas pueden ejercer impacto en las LDN y con frecuencia, son rastreables por parte de los ICE.

3.3.2.7 Auditoria del desempeño y análisis de brechas.

Una vez que el equipo de planeación ha previsto el futuro de la organización, debe desarrollar una comprensión clara de su desempeño actual en un proceso denominado auditoria del desempeño. Es importante que la previsión de su futuro preceda cualquier análisis profundo del desempeño y capacidad actuales de la organización. De otra manera, es posible que el análisis limite las opciones que considera el equipo de planeación. Las visiones que no se basan en la realidad son alucinaciones. La auditoría del desempeño intenta prevenirlas.

La auditoría del desempeño es un esfuerzo concentrado que requiere el estudio simultáneo de las fortalezas y las debilidades internas de la empresa y de las oportunidades y amenazas externas que pueden tener un efecto positivo o negativo en la organización y en sus esfuerzos para lograr el futuro deseado. El análisis FODA representa los cuatro factores que se deben considerar en una auditoria del desempeño. (Ver Anexo N°1).

Después de la auditoria del desempeño, se hace necesario identificar las brechas entre el desempeño actual de la compañía y el desempeño que se requiere para la exitosa realización de su modelo de la estrategia de negocio.

Este análisis de brechas es una comparación de los datos generados durante la auditoria del desempeño con aquellos indispensables para ejecutar su plan estratégico; es decir, una evaluación de su realidad. Además, el análisis de brechas exige el desarrollo de estrategias específicas para cerrar cada brecha identificada. Por cada brecha que no se pueda cerrar a través de una estrategia evidente, el equipo de planeación debe regresar a la fase del diseño de la estrategia del negocio y re implementar el modelo hasta que se pueda cerrar la brecha.

3.3.2.8 Integración de los planes.

Luego de que las brechas reveladas en la fase de análisis se cierran hasta un nivel manejable, se deben abordar dos problemas importantes:

1. Cada una de las LDN debe permitir desarrollar estrategias o planes maestros de negocios.
2. Las diversas unidades de la organización funcional y de negocios deben desarrollar planes operativos detallados con base en el plan general organizacional.
3. Decidir cuál de estas grandes estrategias se ajusta mejor a toda la organización y a cada una de las líneas de negocios en el cumplimiento de sus metas, constituye una parte importante de la planeación estratégica aplicada.

3.3.2.9 Planeación de Contingencias.

La planeación de contingencias se fundamenta en el supuesto que, de alguna manera, la capacidad de pronosticar con exactitud los factores significativos que afectaran la empresa es limitada, especialmente en términos de las variaciones en aquellos. No obstante. El equipo de planeación debe estar en capacidad de identificar factores como la tasa de interés, el empleo, la tasa de cambio de monedas extranjeras, etc...Así la planeación de contingencias proporciona a la organización una variedad de estrategias de diseño de negocios que se puede utilizar en distintos escenarios. Implica lo siguiente:

1. Identificar las amenazas y las oportunidades internas y externas más importantes para la organización, especialmente aquellas que implican otros escenarios diferentes de los más probables.
2. Desarrollar puntos de partida a fin de iniciar acciones para cada contingencia.
3. Acordar cuáles pasos se darán para cada uno de estos puntos de partida.

3.3.2.10 Implementación.

Implica la iniciación concurrente de varios planes tácticos y operativos diseñados en el nivel funcional o superior más el monitoreo y la integración de dichos planes en el nivel organizacional.

Este modelo de planificación se fundamenta en modelos existentes pero difiere en contenido, énfasis y proceso respecto a ellos, no pretende ser una única forma de solución de los problemas encontrados, sino más bien un camino que sirve de guía para la solución de problemas. (Ver Gráfico N° 1).

La implementación final requiere la iniciación de varios planes de acción diseñados en el nivel funcional y su integración en la parte superior de la organización. Esto, por ejemplo, puede exigir un nuevo diseño en la estrategia del negocio, iniciación de desarrollo administrativo o capacitación técnica, incremento en investigación y desarrollo o marketing de nuevos productos o servicios. Todas las partes de la compañía deben considerar que hay actividad en todos sus niveles, lo cual generara un exitoso logro de su misión.

3.4 CONCEPTO Y TIPOLOGIA DEL DEPORTE.

El deporte es una actividad esencial para la sociedad en diversos ámbitos. A nivel personal incentiva la adquisición de hábitos saludables y a nivel colectivo, contribuye a la promoción de valores.

El deporte se define como aquella actividad vigorosa que es aprendida en la búsqueda de placeres de interacción social o de satisfacción personal¹⁴.

¹⁴ PEDROSA, Rosário: Revista Asturiana de Economía, 2003, N° 26, Pág. 11

En relación a la tipología del deporte, se distingue dos tipos distintos de actividades deportivas relevantes económicamente, estos son:

- El deporte de recreación o deporte para todos.
- Deporte competitivo.

3.4.1 Deporte de recreación.

El deporte de recreación o deporte para todos, es el interés y la práctica deportiva por parte de la población en edad de practicar algún deporte o actividad física, es también la forma de socialización sin vínculos organizativo ni competitivos en la que las actividades deportivas de carácter individuales y colectivas se relacionan, a menudo a la búsqueda de satisfacción personal, la salvaguardia de la salud y del bienestar social.

3.4.2 Deporte de competición.

Se refiere a la práctica del deporte apoyado, por la afiliación en organizaciones de carácter privado o público, donde los practicantes de este deporte resultan ser los deportistas, mismos que intervienen en eventos locales, nacionales e internacionales.

3.5 COLOMBOFILIA.

Se entiende por Colombofilia, la práctica deportiva consistente en la cría, adiestramiento, suelta, entrenamiento y competición de la paloma de carrera o mensajera, cuya finalidad principal es la deportiva¹⁵.

¹⁵ <https://www.boe.es/buscar/pdf/2011/BOE-A-2011-4631-consolidado.pdf>. Ley 4/2011, de 18 de febrero, Artículo 2, Título I, de Fomento de la Colombofilia Canaria y Protección de la Paloma Mensajera de la Comunidad Autónoma de Canarias. Pág. 7

3.6 PALOMA MENSAJERA O DE CARRERA.

Se entiende por paloma mensajera, aquella que por sus especiales características morfológicas y dotadas de las marcas y elementos de identificación regulados en la presente norma, se destina a la práctica de la colombofilia. La mensajera es una raza especial de paloma que por su instinto de orientación, por su viveza, su vuelo especial, su plumaje, su anatomía, es considerada como un auténtico atleta del espacio.¹⁶

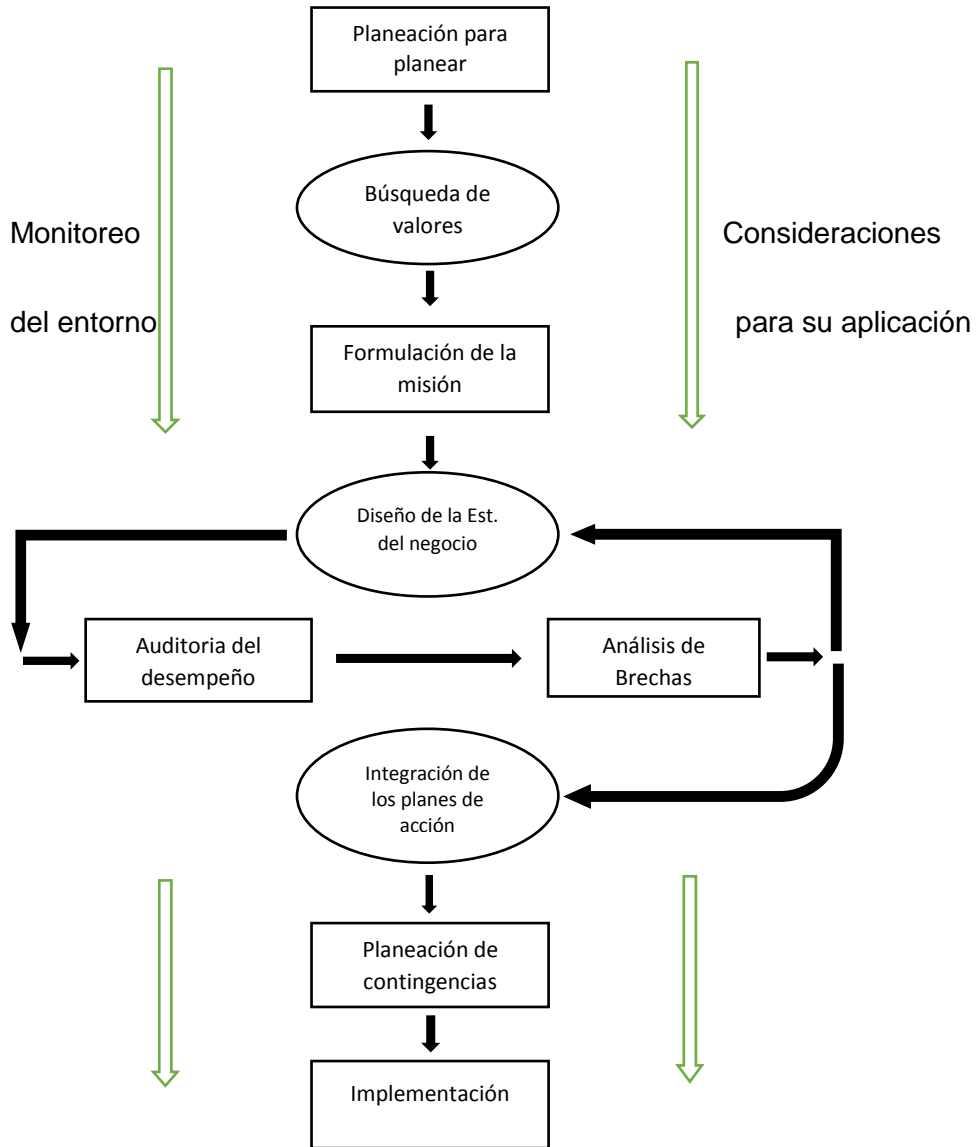
Su utilidad es obvia en los casos de catástrofes, operaciones de salvamentos, intercambio de muestras y análisis entre hospitales, transportes urgentes de medicamentos, etc. La paloma mensajera es por ello considerada de utilidad pública y de interés para la defensa nacional, por lo que se establecen diversas ayudas a las federaciones, clubes, asociaciones y entidades, sin ánimo de lucro, para el fomento y desarrollo del deporte de la paloma mensajera¹⁷.

¹⁶ <https://www.boe.es/buscar/pdf/2011/BOE-A-2011-4631-consolidado.pdf>. Ley 4/2011, de 18 de febrero, Artículo 2, Título I, de Fomento de la Colomofilia Canaria y Protección de la Paloma Mensajera de la Comunidad Autónoma de Canarias, Pág. 7

¹⁷ Idem, Pág. 4

Grafico N° 1

PLANEACION ESTRATEGICA APLICADA



Fuente: Modelo de Planificación Estratégica aplicada (Goodstein, Nolan y Pfeiffer)

CAPITULO IV MARCO LEGAL

Entre las bases legales que sustentan la presente investigación tenemos a:

4.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO. Octubre 2008

La nueva carta magna en el capítulo sexto (Educación, Interculturalidad derechos culturales, en su sección V (Deportes y Recreación), Señala:

Artículo 104 “Toda persona tiene derecho al deporte o la cultura física y a la recreación. El Estado garantiza el acceso al deporte sin distinción de género, idioma, religión, orientación política, ubicación territorial, pertenencia social, cultura o de cualquier otra índole”.

Artículo 105 “El Estado promoverá, mediante políticas de educación, recreación y salud pública, el desarrollo de la cultura física y de la práctica deportiva en sus niveles preventivo, recreativo. Formativo, competitivo, con especial atención a las personas con discapacidad. El Estado garantiza los medios y los recursos económicos necesarios para su efectividad”

4.2 LEY N° 804 LEY NACIONAL DEL DEPORTE (11 de Mayo de 2016)

TITULO I, CAPITULO I, artículo 1º señala que: La presente ley tiene por objeto regular el derecho al deporte, la cultura física y la recreación deportiva, en el ámbito de la jurisdicción nacional, estableciendo las normas de organización, regulación y funcionamiento del Sistema Deportivo Plurinacional.

Artículo 4. (FINES). La presente Ley tiene como fines:

1. Promover el desarrollo de la cultura física y de la práctica deportiva en sus niveles recreativo, formativo y competitivo, con especial atención a las personas en situación de vulnerabilidad y exclusión social, y a residentes bolivianas y bolivianos en el exterior.

2. Promover la institucionalización y democratización de las entidades deportivas nacionales que conforman el Sistema Deportivo Plurinacional.
3. Proporcionar conciencia social sobre los valores del deporte, educación física y deporte estudiantil, implementando condiciones que permitan el acceso a la práctica deporte de las bolivianas y los bolivianos, considerando a la recreación deportiva como auténtico medio de equilibrio y desarrollo social.

Artículo 5. FUNDAMENTOS Y PRINCIPIOS. El deporte, como derecho, es un factor para la formación y desarrollo integral, personal y social, así como un fuerte constructor de la identidad, integración y soberanía del Estado Plurinacional de Bolivia

CAPITULO V MARCO PROPOSITIVO

5.1 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

Con el plan estratégico de la “Asociación Colombófila Alas del Illimani” La institución presentará una dinámica continua de trabajo encaminado a consolidar su estructura, este plan pretende delinear las directrices que respondan al desafío de lograr su desarrollo deportivo, en consecuencia le permita crear las condiciones adecuadas para superar sus actuales limitaciones y afrontar en mejores condiciones procesos de promoción y masificación de la colombofilia en el área urbano y rural del departamento de La Paz.

5.2 PLAN ESTRATÉGICO.

5.2.1 Compromiso e identificación

El modelo propuesto se inicia con la fase de planeación para planear esta es la consideración profunda de cómo se realiza la planeación misma, donde se tomará en cuenta, quienes estarán involucrados, cuál será el calendario, cuales son las consecuencias anticipadas de dicha planificación también los recursos que se necesitan.

Por razones de organización, se realizó una programación de todas las actividades de manera participativa y en plena coordinación con todos los integrantes de la institución que mostraron una gran predisposición a invertir tiempo y esfuerzos que se traducen en el compromiso con el proceso de planeación por parte de toda la estructura de la organización.

5.2.2 Búsqueda de valores.

Para que la organización pueda implantar en su totalidad las estrategias propuestas más adelante, se debe tomar en cuenta los siguientes valores, que forman parte de la cultura organizacional.

- **Honestidad:** Juego limpio, El deporte se basa en que el ganador supera las reglas, no las vulnera. En el deporte se debe admirar a aquellos que siempre practican juego limpio.
- **Comunicación:** Es la habilidad para transmitir conocimientos, ideas y emociones a otras personas. El deporte actúa potenciando esa habilidad, además de fortalecer las relaciones interpersonales.
- **Esfuerzo:** En el deporte y en la vida diaria el esfuerzo es fundamental, el cómo enfrentarse a una competición, una campaña deportiva es un proceso que comienza mucho antes del inicio de la misma. Hay que cuidar las palomas en todas las fases de su cultivo. La competición en sí misma, tiene oscilaciones de resultados y por tanto se deben planificar los esfuerzos para llegar al objetivo.
- **Responsabilidad:** todos los integrantes deben cumplir con los objetivos organizacionales y calendarios deportivos. Cuidar y resguardar todos los instrumentos inherentes a la actividad además son responsables de las distintas funciones que les toque desempeñar en la institución.
- **Saber Ganar:** vanagloriarse de un éxito deportivo ante los rivales es algo que un buen deportista nunca hará, principalmente porque todo el respeto y la aprobación conseguida por la victoria se perderían ante la falta de respeto por el esfuerzo ajeno.
- **Perseverancia y disciplina:** en el deporte como en la vida diaria el ser perseverante y disciplinado son fundamentales. Al competir con otros deportistas se aprende a desarrollar estrategias para lograr un objetivo ganador.
- **Compromiso:** Todos integrantes de la organización deben estar comprometidos con las distintas actividades y planes para alcanzar los objetivos propuestos. Además de al interrelacionarse con la sociedad se debe estar comprometido para brindar un servicio de calidad.

- **Respeto:** Todo deporte tiene ciertas reglas que deben respetarse. Este valor es fundamental para los integrantes y más aun tratándose de una organización deportiva, donde la finalidad es lograr una percepción positiva por parte de los posibles socios y la sociedad, además es importante en el trato interpersonal entre los integrantes de la organización porque de esta forma el ambiente organizacional se tornara más comfortable.
- **Seguridad y autoestima:** Empezar a competir y comprobar las palomas en las primeras sueltas de velocidad condiciona a mejorar los niveles de seguridad y autoestima de la persona.
- **Trabajo en Equipo:** Los directivos y socios deben estar comprometidos con la organización y trabajar en equipo para afrontar de mejor manera los desafíos que se puedan presentar. Fomentar la participación de todos para lograr un objetivo común.

5.2.3 Formulación de la misión.

En el análisis desarrollado en la organización se detectó que no cuenta con una misión, por consiguiente la razón de ser de la “Asociación Colombófila Alas del Illimani” es :

“Asociación Colombófila Alas del Illimani, gestora de programas, políticas y proyectos colombófilos, con compromiso, responsabilidad y transparencia, basados en un propósito común: Promover la práctica de la colombofilia”

Una vez identificada nuestra “Misión” o “Razón de ser” podemos visualizar con claridad nuestra dirección futura, que es la base fundamental para la toma de decisiones organizacionales.

5.2.4 Propuesta de visión.

La visión de la entidad deportiva es la imagen propia que se quiere proyectar al exterior, es decir, la imagen futura de la entidad. La situación que se espera y desea, además factible de ser alcanzado y realizado por la ACAI es:

“Asociación Colombófila alas del Illimani ACAI. Líder del deporte colombófilo Boliviano. Somos pioneros y referentes en la organización y creación de eventos colombófilos, impulsando el desarrollo de la colombofilia, con una identidad de encuentro en el contexto departamental, nacional e internacional”.

5.2.5 Identificación de las áreas de éxito.

Las áreas de éxito constituyen las distintas dimensiones o ejes que permitirán a la ACAI lograr su visión, ente los cuales se identificó los siguientes ejes:

5.2.5.1 Fortaleza institucional.

Es uno de los ejes importantes en el Plan Estratégico de la organización, que permitirá aprovechar correctamente las potencialidades deportivas con las que cuenta la institución, a fin de superar las condiciones negativas identificadas.

Es de resaltar que a partir del año 2010 se importaron ejemplares de razas Europeas de primer nivel de la Argentina, Brasil, Peru, EEUU, Portugal (Janssen, Sion, Fabry, Gaby Bandenabele, Stichelbaut, Jos Thone, Jan Aarden, Symon, etc.) mismos que son especialistas y permiten realizar en nuestro medio, las distintas modalidades deportivas existentes. (Ver Anexo N°6))

5.2.5.2 Desarrollo deportivo.

Permitirá generar cursos de acción institucionales promocionando el deporte colombófilo, promoviendo la incorporación de la población a la práctica de la colombofilia, generando una cultura colombófila, inicialmente en el departamento de La Paz, posibilitando una integración

social y cultural entre los distintos grupos sociales asentados a lo largo del territorio departamental, nacional e internacional (Norte Argentino).

5.2.6 Organigrama.

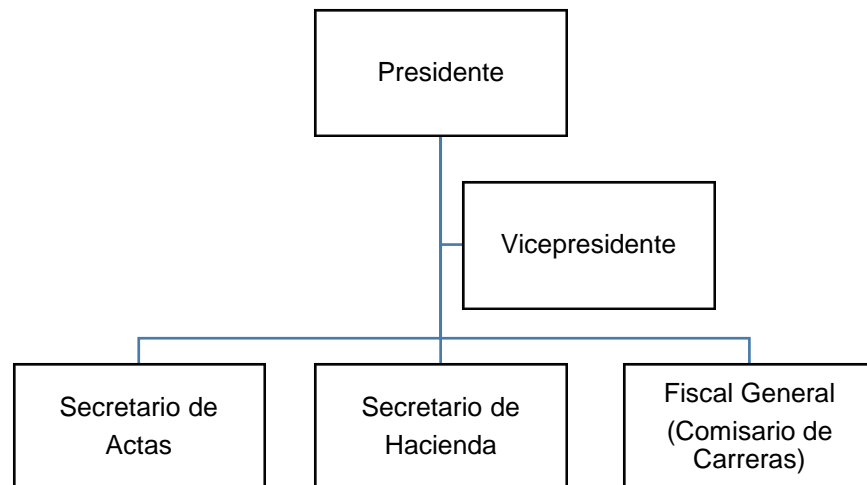
La organización deportiva: Asociación Colombófila Alas del Illimani ACAI. Cuenta con una estructura organizacional simple e informal, por ello se propone el siguiente organigrama.

(Ver Gráfico No 2)

Donde la junta directiva estará compuesta como mínimo por 5 (cinco) miembros: un Presidente, un Vicepresidente, un Secretario de Hacienda, un secretario de Actas y un Fiscal General o Comisario de carreras. Teniendo como competencias la de dirigir, promover y administrar las actividades de la asociación y gestionar su funcionamiento bajo la dirección del presidente.

Gráfico N° 2

ORGANIGRAMA DE LA ASOCIACIÓN COLOMBOFILA ALAS DEL ILLIMANI



Fuente: elaboración propia.

5.3 FORMULACION DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.

Los objetivos estratégicos de la asociación Colombófila Alas del Illimani son la expresión de los logros que la institución desea alcanzar.

5.3.1 Constitución legal.

Constitución legal, tramitación de la Personería Jurídica en el corto plazo, cumpliendo todas las exigencias y requisitos ante las respectivas autoridades para su legal funcionamiento.

5.3.2 Fortalecer la reglamentación deportiva.

Elaboración e implementación del estatuto orgánico y el reglamento deportivo de la asociación para normar sus actividades específicas y optimizar la estructura organizacional a fin de transparentar su gestión y corregir las debilidades existentes.

5.3.3 Sistema de información.

Contar con un sistema de información que permita brindar información confiable y oportuna de la Asociación Colombófila Alas del Illimani, a los socios e interesados, difundiendo su cultura colombófila, sus actividades institucionales a la población, mismo que le posibilite mejorar significativamente las condiciones de planificación de corto, mediano y largo plazo coadyuvando así a su desarrollo deportivo e institucional.

5.3.4 Programación oficial del plan de vuelo.

Implementación de la programación oficial de carreras 2018 (Grafico N° 3), en torno al cual giran todas las principales actividades de la organización, en las categorías de:

CATEGORIA	DISTANCIA (Km)
VELOCIDAD	hasta 400 km.
MEDIO FONDO	de 400 a 600 km.
FONDO	de 600 a 900 km.
GRAN FONDO	a partir de 900 km

5.3.5 Posicionamiento de la asociación.

Creando una imagen de la asociación y sus actividades en la mente de la población, así también los potenciales usos y beneficios en servicio de la sociedad en general. Inicialmente en el departamento de La Paz y posteriormente a nivel nacional.

5.4 FORMULACION DE POLÍTICAS INSTITUCIONALES.

Las políticas de la Asociación Colombófila Alas del Illimani representan los cursos de acción del conjunto de la institución y los actores externos e internos involucrados en la gestión de desarrollo deportivo y marcan las acciones para la concreción de los objetivos propuestos.

Objetivo: fortalecer la reglamentación deportiva.

5.4.1 Adecuación de las normas de la FCI.

Elaboración de los reglamentos pertinentes a través de la revisión, evaluación y adecuación al contexto y particularidades de nuestro país de la normas establecidas por la FCI referente a la forma correcta de organizar y desarrollar las distintas modalidades de competición, que permitan a la ACAI planificar, organizar y desarrollar eficiente y satisfactoriamente sus actividades.

Objetivo: Sistema de información deportiva.

5.4.2 Política: conformar un sistema de información deportiva.

Fortaleciendo las capacidades en la gestión de información deportiva de la institución, con responsabilidad y transparencia, apoyando a los distintos actores internos y externos de la asociación con asistencia en el manejo y recopilación de la información destinada a la creación de un centro de información en beneficio de la institución, deportistas e interesados.

Objetivo: programación oficial del plan de vuelo.

5.4.3 Política: Adecuación de las normas de la FCI.

Teniendo en cuenta las consideraciones de la F.C.I. y adecuándolo a la zona, circunstancias y características geográficas propias de nuestro País, que deben tomarse en cuenta, para lograr el mejor desarrollo y resultado seguro de las competencias en sus distintas modalidades.

Objetivo: posicionamiento de la asociación.

5.4.4 Política: Promoción de la colombofilia.

Mediante la utilización de estrategias de Marketing. Es de resaltar la importancia que tiene el marketing en el mundo del deporte. En los últimos años, se a producido numerosos e importantes avances en el estudio y en la aplicación del marketing en el área de los deportes.

5.5 FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS.

El conjunto de acciones y pasos que sigue la Asociación Colombófila Alas del Illimani encaminado a lograr viabilizar la Visión y Misión institucional.

Política: Adecuación de la normativa FCI.

5.5.1 Estrategia: Reglamentos específicos.

Elaboración e implementación del estatuto orgánico, reglamento general y deportivo de la asociación, para normar las actividades específicas, en el marco de una planificación de corto mediano y largo plazo.

Política: Conformar un sistema de información deportiva.

5.5.2 Estrategia: desarrollar un sistema de información deportiva.

Desarrollo de un sistema de información a través de procesos de informatización orientados a la recopilación, archivo y difusión de la información general y deportiva de la institución.

Política: Adecuación de las normativas FCI.

5.5.3 Estrategia: Elaboración de la programación oficial de carreras.

Elaboración de la programación oficial de carreras (Plan de Vuelo) de la asociación, tomando en cuenta las consideraciones de la FCI aplicados y adecuados a las características físicas y orográficas propias de nuestro país (Ver Anexo N°7).

Entre otros aspectos:

- Ubicación geográfica de la ciudad de La Paz.
- Ubicación estratégica de la ciudad de La Paz entre las cordilleras occidental y central.
- Programación de competencias (sueltas) en forma progresiva en Km. del punto cero.
Abarcando las modalidades de: velocidad, medio fondo, fondo y en su momento gran fondo
- Preferentemente en periodos o estaciones de clima seco
- Anterior o posterior al periodo de muda.
- Temperatura, La temperatura ideal para la carrera de palomas es de entre los 10° y 20° C.
- Evitar puntos negros o negativos por su alto riesgo.
- Fácil acceso a los puntos de suelta, de ser posible, aproximándose a una misma línea de vuelo.

- Cualquier sea el carácter de la carrera, para establecer el punto de suelta, se tomará una referencia significativa en el plano geográfico.
- Fenómenos climáticos como la inversión, lluvia, temperatura, etc...

Elaborado bajo dos criterios principales:

- 1 Incentivar la participación de nobeles colombófilos y conformando a su vez alianzas estratégicas con asociaciones colombófilas de Oruro y Potosí.
- 2 Con el objetivo de en una segunda etapa y en el mediano plazo, realizar competiciones en la categoría de FONDO llegando progresivamente a las poblaciones de: Uyuni (462 Km), Tupiza (603Km) y Villazón (678 Km.) Frontera con la población de: La Quiaca, República Argentina.

Política: Promoción de la colombofilia.

5.5.4 Estrategia: Fomentar el deporte colombófilo.

Mediante la utilización de estrategias de marketing y la realización de programas y proyectos orientados a promocionar e integrar a los colombófilos departamentales, nacionales y dando prioridad a los colombófilos de los países hermanos del cono Suramericano de forma recíproca.

- **Derby Colombófilo.** Carreras excepcionales y abiertas a colombófilos en general.
- **Colombódromo.** palomares comunitarios construidos especialmente para introducir en ellos pichones no menores a veinticinco días de edad o mayores que no hayan

tirado la primera remigie primaria, pertenecientes a distintos colombófilos con el fin de acostumbrarlos a ese hábitat y realizar concursos con idéntico cuidado.

Además de la realización de eventos que fomenten la práctica de la colombofilia en el área urbano y rural como: seminarios, exposiciones y la realización de sueltas para resaltar eventos, conmemoraciones cívicas, festividades, inauguraciones, matrimonios, etc.

5.6 FINANCIAMIENTO.

La estrategia de financiamiento para el Plan Estratégico de la Asociación Colombófila Alas de Illimani tiene como principal fuente: los recursos de capital propios emergentes del aporte de los socios afiliados a la Asociación Colombófila Alas del Illimani. Lamentablemente en Bolivia no se cuenta con ninguna ayuda o respaldo gubernamental a esta actividad, contrariamente de lo que sucede en otros países, donde la paloma mensajera es considerada de utilidad pública y de interés para la defensa nacional, por lo que se establecen diversas ayudas e incentivos gubernamentales a las federaciones, clubes, asociaciones y entidades, sin ánimo de lucro, para el fomento y desarrollo de la paloma mensajera.

CAPITULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

6.1 CONCLUSIONES.

La “Asociación Colombófila Alas del Illimani” en las últimas gestiones carecieron de continuidad y una planificación adecuada evidenciándose que sus actividades realizadas, la promoción del deporte y administración sufrieron altibajos en programación por problemas de carácter organizacional y administrativo, si bien se cuenta con mayor información general, se carece de los conocimientos específicos necesarios en la forma de implantarlos en nuestro medio, los cuales limitaron el desarrollo de la institución y por ende el fomento de la práctica de la actividad colombófila.

En las últimas gestiones tuvieron dificultades en materia de mecanismos normativos que controlen y regulen la captación de recursos y el manejo eficaz y eficiente de los mismos.

Con la propuesta se fortalece la consecución de los principales objetivos, políticas, y proyectos que permitan desarrollar satisfactoriamente las principales actividades de la ACAI que es la realización de competencias en sus distintas modalidades. Además de fomentar y masificar la práctica del deporte de la Colombofilia.

Por consiguiente las políticas y proyectos planteados por la presente monografía, dan el soporte normativo en la planificación de corto, mediano y largo plazo.

Por otro lado se evidencio la carencia de información relacionada a esta actividad en el departamento de La Paz, si bien en la presente estudio se ha pretendido realizar el relevamiento de la información, mismo que se izó difícil por la falta de conocimiento del tema por parte de las autoridades pertinentes que no cuentan con información y muestran un total desconocimiento.

La aplicación y la realización de los objetivos estratégicos y proyectos propuestos del presente monografía y otros que puedan generar la institución, permitirá que la visión y misión institucional propuesta se cumplan a cabalidad.

Finalmente, el plan estratégico Institucional será un instrumento al servicio de la Asociación Colombófila Alas del Illimani que consolide las políticas institucionales y de fomento al deporte colombófilo en la medida que exista un nexo eficaz entre el plan estratégico institucional y el plan operativo en el marco de una planificación de corto, mediano y largo plazo.

6.2 RECOMENDACIONES.

La propuesta del plan estratégico presentada a la “Asociación Colombófila Alas del Illimani” se constituye en una herramienta que permitirá mejorar su desempeño, incrementando la calidad de sus actividades y posibilitando su crecimiento institucional.

Se recomienda que para llevar a cabo la implantación integral de la propuesta presentada será importante: realizar control y seguimiento continuo del plan, para tal efecto se propone a la junta directiva, mismos que estén dispuestos a asumir riesgos como también a afrontar nuevos desafíos.

Para que el plan se aplique gradualmente y en toda su integridad se debe explicar a los integrantes de la asociación: la composición del plan, las ventajas de implantarlo y su importancia para su respectivo funcionamiento.

Finalmente ejecutar y realizar el seguimiento y evaluación del presente plan estratégico. Así mismo se recomienda en función a los cambios futuros del entorno económico, político y social la reformulación y/o ajuste pertinente bajo los objetivos establecidos por la asociación.

BIBLIOGRAFIA

1. ARANDIA, Lexin: Métodos y técnicas de investigación aprendizaje, 2da Edicion,Bolivia,1993.
2. FEDERACION colombófila Española: Colombofilia Mensajera,España, año XXI, Mayo-Junio 1975, N° 250.
3. FEDERACION colombófila mensajera Balear, “Alas sobre el mediterraneo”, España, 1980, N° 106.
4. GOODSTEIN Leonard , NOLAN Timothy , PFEIFFER William: Planeación Estratégica Aplicada, Edit. Mc Graw-Hill Interamericana S.A. Colombia, 2001.
5. JIMENEZ, Castro Wilburg: Introducción al Estudio de la Teoría Administrativa, Fondo de Cultura Económica, México.
6. MENDEZ, Carlos: “Metodología” Guía para elaboración diseños de investigación en ciencias económica, contables y administrativos, Editorial Mc Graw Hill, Colombia, 1998.
7. PEDROSA, Rosário: Revista Asturiana de Economía, 2003.
8. RODRIGUEZ, Sosa Miguel:Teoría y diseño de la investigación científica, Editorial Astuparia, Peru.
9. ROCH, Roberto: Los Secretos Colombófilos, Ed,Aragon. 2da Ed.España.1959.
10. THOMPSON Arthur, STRIKLAND A J: Administración Estratégica, Ed. Mc Graw Hill-Interamericana, Ed.2001.
11. <https://www.carlos-marquezprats.com/documentos//EI%20ARTE%20DE%20SOLTAR%20MENSAJERAS->

12. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2011/BOE-A-2011-4631-consolidado.pdf>.Ley 4/2011, de 18 de febrero, Artículo2, Titulo I, de Fomento de la Colombofilia Canaria y Protección de la Paloma Mensajera de la Comunidad Autonoma de Canarias.
13. <https://www.pigeonsfci.com>, FEDERATION COLOMBOPHILE INTERNATIONALE.
14. <https://www.fecoar.com.ar/>, Reglamento Deportivo Federacion Colombofila Argentina.

Anexo N° 1

ANALISIS FODA

Variables Internas	Variables externas
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Cuenta con ingresos propios por concepto de aporte de los socios.• Modelo a seguir por otras organizaciones similares a nivel departamental y nacional.• Ubicación estratégica.• Socios con bastante antigüedad, experiencia y compromiso.• Know-how del desarrollo del negocio.	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollo de programas de promoción deportivos recreativos en el departamento.• Gestionar cursos de capacitación y asesoramiento en colombofilia.• Ofertar y desarrollo de nuevos servicios al mercado.• Lograr alianzas estratégicas.• Proyección internacional.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Debilidad de la continuidad de programas y proyectos de fomento deportivo.• Dificultad de mecanismos de planificación.• Insuficiencia de la Información local y nacional.• Deficiencia en la administración, mantenimiento y equipamiento deportivo.• No tener personería jurídica• No tener transporte propio.• Falta de tecnología específica en este sector• Falta de promoción y publicidad.	<ul style="list-style-type: none">• Inestabilidad económica, política y social (paros, bloqueos, huelgas, enfrentamientos, etc.)• Actores institucionales departamentales y nacionales de los deportes poco comprometidos a la promoción del deporte.• El deporte considerado como sector de baja importancia.• No contar con leyes o reglamentos específicos a esta actividad.

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo N°2

GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDO A LOS DIRIGENTES Y SOCIOS DE LA ASOCIACION COLOMBOFILA ALAS DEL ILLIMANI ACAI.

El presente cuestionario, contribuirá al desarrollo de un Plan Estratégico y su posterior implementación dentro de la institución ACAI, es de carácter confidencial y su propósito es estrictamente académico. Por lo cual solicitamos responder el mismo con la mayor veracidad posible.

I. DATOS GENERALES.

Cargo

Edad Sexo M () F ()

Nivel de Formación

II. INFORMACION INSTITUCIONAL.

1. ¿Qué función cumple en la asociación?
.....
2. ¿Cuál es el objetivo principal de la organización?
.....
3. ¿Cuáles sus objetivos en el corto, mediano y largo plazo?
.....
.....
4. ¿Cómo son programadas las actividades de la institución?
.....
.....
5. ¿Cuál es la principal actividad de la institución? (Misión)
.....
.....
6. ¿Conoce usted la Visión de la asociación?
.....
.....
7. ¿Qué cambios importantes se hizo en la asociación desde su creación?
.....
.....

8. ¿Qué fortalezas y oportunidades considera que tiene la asociación?

.....
.....

9. ¿Qué debilidades y amenazas considera que tiene la asociación?

.....
.....

10. ¿En qué aspectos desearía que cambie la organización?

.....
.....

11. ¿Qué problemas impiden un mejor desarrollo de las actividades de la asociación?

.....
.....

III INFORMACION GENERAL.

12. ¿A partir de qué año forma parte de la institución?

.....

13. ¿Cómo conoció la existencia de este deporte?

.....
.....

14. ¿Desde los cuantos años cría este tipo de aves?

.....

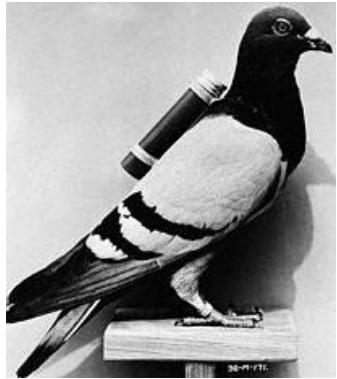
15. ¿Qué razas cultiva y su procedencia?

.....
.....
.....

16. ¿Conoce la existencia de otras organizaciones similares?

.....
.....

Anexo N° 3



ARTÍCULOS EXTRANJEROS

TIENE LA PALABRA Y... ¿Por qué no?

AL SR SALVADO VIDAL

Por Rodolfo BELLANI

...pidió la palabra y se atrevió a usarla. Creo que tiene razón de principio a fin, pero no voy a sustentarla porque sí nomás, a lo loco, sino a establecer que aquello que pide el señor Salvado Vidal es tan lógico como un axioma cualquiera que no necesita demostración.

El caballero citado pide que se permita volar a las aves extranjeras; que se cotejen con las locales, dando la ventaja de haber cambiado de medio ambiente, pero suponiéndose, por los dólares pagados, que pueda tener mejor origen y mejor historia que los de la tierra. Esto no puede asegurarse pero lo daremos por hecho, para continuar adelante.

Yo sé, positivamente, que en la República Oriental del Uruguay, permiten volar a las aves foráneas, pero solamente en adultas, porque les costaría algún trabajo establecer cuándo empezó y cuándo terminó su vida de «joven volador» o simplemente diremos de pichón.

En cuanto a esta tierra, BOLIVIA, tan pobre por encima como multimillonaria por abajo, establecimos desde la fundación del Círculo Colombófilo Cochabamba, que podrían volar todas las palomas, así fueran de monte, siempre que ostentaran una sortija CERRADA y controlable.

Yo fui de los primeros en importar aves de los EE. UU., México, Uruguay, Argentina, Holanda, Bélgica, Italia, España, Checoslovaquia, Alemania y Japón.

Los pichones fueron fichados, se revisaron los anillos, y se dieron por aptos para volar sobre el territorio de la nación, como pichones mientras fueran, estableciendo un límite del año, y como adultas cuando lo fueran.

Los resultados..., porque al lector ha de interesarle la cosa, fue tan corriente como si hubieran nacido en mi casa. Salieron buenos, regulares, excepcionales... y de los otros. Tengo una hembra negro-humo y ojos de estrella, con siete primeros... y nació en Italia. «Increíble», mi palomo, tiene 10 años, tiene sortija de Argentina, y ganó 9 primeros, en distancias desde 40 a 1.300 ~~metros~~ ^{kilómetros}.

Después importaron otros palomares, muchos porque son pudientes, y en las listas de enceste aparecían aves de 10-15 nacionalidades y a nadie extrañaba tal cosa, sólo que al hablar en esas charlas interminables de colombófilos, es corriente escuchar: «Tengo una mexicana que vuelve como bala»; o: «Hoy no vuelo a mi belga porque está en su última pluma».

Y para finalizar este corto escrito: ¿Por qué no permitirlo en España o donde fuera? Repito que hablo de anillo bien controlado... y pasa a ser uno de tantos. ¿Qué dicen los demás palomeros?

ANILLAS PARA PALOMAS, CANARIOS Y TODA CLASE DE AVES

Pídalas a TOMAS PEREZ GOMEZ

MARTINEZ PAJE, 3 : - : MADRID - 29

IMPORTANTE

La Real Federación Colombófila Española tiene a la venta las obras siguientes:

- CARTILLA DEL COLOMBOFILO 50 Ptas.
- ESTATUTOS FEDERATIVOS 20 »
- REGLAMENTO PARA LA CONSTITUCION Y FUNCIONAMIENTO DE LAS SOCIEDADES COLOMBOFILAS 15 »
- REGLAMENTO PARA CONCURSOS Y EXPOSICIONES NACIONALES 25 »

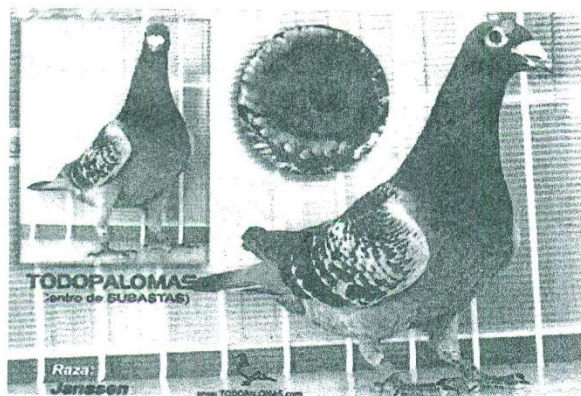
Los pedidos pueden hacerse directamente a la Real Federación Colombófila Española, calle de Eloy Gonzalo, 34 - 7.º, Madrid-10.

Anexo N°5

CONVOCATORIA

I CONCURSO DEPARTAMENTAL DE COLOMBOFILIA

Palomas de carrera (mensajeras)
CONCURSO DE VELOCIDAD
De Oruro a La Paz
227 Kms.



Promocionando el deporte colomófilo y dando inicio a la nueva era de la colombofilia en La Paz se invita a todos los interesados a participar de la gran suelta de palomas mensajeras a desarrollarse en fecha 25 de abril del 2009.

BASES DEL CONCURSO

- Concurso abierto a todos aquellos interesados que cuenten con palomas mensajeras
- Podrán participar minimamente con un equipo de 3 palomas (pichones o adultas)
- Mayor información comité organizador (solicitar reglamento de concurso)

INSCRIPCIONES

Av. 7, Zona Alto Lima N° 35 Sr. Walter Suxo.

COMITÉ ORGANIZADOR

Walter Suxo S.	Cel. 71952714-70663625
José Luis Huanca C.	Cel. 70697525
Ronald Villeca	Cel. 70625029
Rudi Rubén Mamani Q.	Cel. 79537301

COORDINADOR GENERAL

Vidal Salinas. Telf: 2797802

Anexo N°6

RAZAS DE PALOMAS MENSAJERAS O DE CARRERA

RAZAS DE VELOCIDAD.

Janssen	Van Reet
Leen Boer	

RAZAS DE VELOCIDAD Y MEDIO FONDO.

Leus	Van Dyck
Geerts	Wouters
Pauwels	Van loon
Sootjens	

RAZAS DE MEDIO FONDO

Fabry	Engels
Houben	Horemans
Grondelaers	Huysken Van Riel

RAZAS DE MEDIO FONDO / FONDO

Gaby Vandenabeele	Meulemans
Roosens	

RAZAS DE FONDO

Tournier	Vanhee
Jos Thone	Toye Devriendt
Desmet Matthijs	Van Spitael
Devriendt	Imbrecht

RAZAS DE GRAN FONDO

Stichelbaut	Sion
Bostyn	Bricoux
Vanbruaene	Jan Aarden
Cattrysse	Stassart
Vanderespt	Delbar

**HOY USTED PUEDE ADQUIRIR
EN LA ARGENTINA HIJOS
DIRECTOS DE LAS RAZAS
BELGAS DE MAYOR VIGENCIA
EN LA ACTUALIDAD**

Macho Nº 3376850-88
Importado
Noel Peiren
Bélgica



Macho Nº 3020681-86
Importado
Herman Sanders
Bélgica



Macho Nº 2542811-88
Importado
Germain Imbrech
Bélgica



Macho Nº 2582072-82
Importado
Andre Berte (Janssen)
Bélgica



Macho Nº 3376850 - 86
Importado
Noel Peiren
Bélgica



Macho Nº 694028-83
Hijo de importado
"Stichelbaut"
Frans Labeeuw
Bélgica



Macho Nº 3101243-83
Importado
Guido Seys
Bélgica



Hembra Nº 3020740-86
Importada
Herman Sanders
Bélgica



Hembra Nº 383626-81
Hija importados
Andre Berte
Bélgica



Hembra Nº 3343231-86
Importada
Gebroeders Devrient
Bélgica



Si Ud. es interesado en adquirir algún ejemplar puro belga escriba al Sr. Alberto Pardo, calle Sebastián Costa Nº 897, Tres Arroyos (C. Postal 7500) ó telefónicamente al (0983) 25680 ó 25944 y 23456 (nocturno)

SOLICITE CATALOGO GRATIS

Anexo N° 7

OFICIO N° 01/2018 COM. TECNICA
La Paz, 25 de Febrero de 2018



ASOCIACION COLOMBOFILA ALAS DEL ILLIMANI (A.C.A.I.)

Fund. 09 de Enero 2010
La Paz - Bolivia



PLAN DE VUELO 2018

ENCESTE	FECHA DE SUELTA	LOCALIDAD DE SUELTA	DISTANCIA EN KM	ADULTOS / PICHONES	HISTORICO	HORA DE ENCESTAMIENTO
25/05/2018	26/05/2018	Patacamaya	109	Pich/ Adul	Velocidad	Viernes 18:00
01/06/2018	02/06/2018	Conani	140	Pich/ Adul	Velocidad	Viernes 18:00
08/06/2018	09/06/2018	Caracollo	199	Pich/ Adul	Velocidad	Viernes 18:00
15/06/2018	16/06/2018	Oruro	230	Pich/ Adul	Velocidad	Viernes 18:00
D E S C A N S O						
31/08/2018	01/09/2018	Oruro	230	Pich/ Adul	Velocidad	Viernes 18:00
07/09/2018	08/09/2018	Challapata	360	Pich/ Adul	Velocidad	Viernes 18:00
D E S C A N S O						
21/09/2018	22/09/2018	Potosi	551	Adultos	M. Fondo	Viernes 15:00

OBS. La Comisión Técnica de la A.C.A.I. hará uso de todos los medios a su alcance para la realización de las pruebas , en caso de que la meteorología no permita la realización de cualquier prueba, la misma será transferida . Ante cualquier imprevisto se procederá siempre en beneficio de las palomas.

NOTA: Este calendario fué elaborado por el Sr. José Luis Huanca C. para su consideración en fecha 11 - 02 - 2018 y aprobado en 25 - 02 - 2018 . Fiscal Gral. Sr: Vidal Salinas G. **Asociacion Colombófila Alas del Illimani.**

I ETAPA: La Paz ,Patacamaya, Conani, Caracollo,
Oruro, Challapata, Potosi



II ETAPA: Potosi, Uyuni (462 Km.), Tupiza (603 Km.),
Villazón (678Km)

