

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



PLAN EXCEPCIONAL DE TITULACIÓN
PARA ANTIGUOS ESTUDIANTES NO GRADUADOS

**“Promoción del Chacaltaya como sitio turístico de La Paz a través
de fotografía en el FOTOFEST Bolivia durante el 2015-2017”**

Para optar el Grado de Licenciatura en Turismo

POR: Ahmed Roely Ríos Abad

TUTOR: Lic. Tur. Nelson Cruz Monroy

LA PAZ – BOLIVIA

JUNIO-2022



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

Memoria Académico Laboral:

**“Promoción del Chacaltaya como sitio turístico de La Paz a través de fotografía en el
FOTOFEST Bolivia durante el 2015-2017”**

Presentada por : Ahmed Roely Rios AbadPara

optar el grado académico de

Licenciatura en Turismo

Nota numeral :

Nota literal :

Ha sido :

Director de la carrera
de Turismo : Lic. Néstor Alejandro Tovar Peres

Tutor : Lic. Nelson Cruz Monroy

Tribunal : Lic. Ilsen M. Gutierrez Castellon

Tribunal : MSc.Lic Dante Caero Miranda

Fecha :



DEDICATORIA

Mi madre Dr. Isabel Eliana Abad Sotomayor que siempre cree en mi hasta cuando yo no creo, gracias por amarme, así como soy .

Mi Hermanita America Elena Rios Abad , no hay día que no te extrañe TE QUIERO .

Mi sobrino Santino Jofre , nunca nadie me había dicho tan feo y eso me hizo terminar



Agradecimientos

A las mujeres de mi familia Madre , hermanas , tias y primas , no hay una sola que no este en mi esquina ya sea para regañarme o para empujarme hacia adelante.

A las Licenciadas Doris Arias Maribel Zapana e Ivon Vera como las hemos hecho preocupar y correr gracias por sacar adelante el programa de titulación excepcional.

A Msc.Lic Dante Caero porque cuando parecía difícil encontró la manera de que se llevara a conclusión el programa .

A mi tutor Lic. Nelson Cruz que se dio tiempo para ayudarme y ver que no me descuide .

Y a todos los que de una u otra manera me ayudaron GRACIAS

AHMED R. RIOS ABAD



RESUMEN DOCUMENTAL

Titulo:

“Promoción del Chacaltaya como sitio turístico de La Paz a través de fotografía en el FOTOFEST Bolivia durante el 2015-2017”

La presente memoria laboral consiste en materializar lo aprendido, tanto en aulas de la carrera de turismo perteneciente a nuestra casa superior de estudios Universidad Mayor de San Andrés (U.M.S.A), así como en el campo laboral (en mayor medida FOTOFEST Bolivia); en efecto, todo basándonos en experiencias que brindaron a mi persona datos fiables

En este sentido es necesario señalar que: durante los años 40 del siglo pasado el nevado Chacaltaya y su cabaña de esquí, fue considerado como: un **DESTINO TURÍSTICO DE ÉLITE Y EXCLUSIVO PARA DEPORTISTAS** nacionales, extranjeros y turistas. Casi exclusivamente, durante 40 años se convierte en un referente deportivo para toda américa latina, se lo promocionaba como “la pista natural de esquí más alta del mundo”; para los años 90 del siglo pasado y la primera década del nuevo siglo, por factores climáticos y sociales el nevado Chacaltaya como destino turístico pierde mucho de su fama y promoción.

A pesar de los cambios a lo largo de su vida como producto turístico, el nevado Chacaltaya continúa recibiendo visitantes nacionales y extranjeros, para el año “2015 el nevado Chacaltaya fue visitado por un aproximado de 13.824 Visitantes al año entre turistas nacionales e internacionales”¹ incluyendo visitantes eventuales. Con estos números, los cuales son bastante alentadores, es evidente que existe una demanda latente para visitar el ex nevado. Ahí se puede evidenciar una gran oportunidad para promocionar y potenciar el Chacaltaya

¹Cita de entrevista con Víctor Quispe Ballesteros Gerente propietario VicTUR s.a



REFERENTES METODOLÓGICOS

Metodología Cualitativa

Así como el método de análisis inductivo y deductivo, la cuantitativa y cualitativa fueron métodos que se han empleado las ciencias sociales y marcaron corrientes. Empero, para nuestro propósito emplearemos la cualitativa y que para su comprensión tomaremos la definición elaborada por Hernández Sampieri, quien nos dice

La memoria laboral presenta un tipo de estudio descriptivo, porque a través de él se puede describir, registrar, analizar e interpretar la situación actual de la empresa. El estudio descriptivo señala en términos metodológicos, todas las características del problema que se estudia, estos permiten poner de manifiesto los conocimientos teóricos y metodológicos. Por lo tanto, es una investigación no experimental, puesto que estos estudios se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

A la postre, entendemos por cualitativo a la acción de estar adentro y afuera de nuestra población de análisis; para ello, fue muy importante la observación participante y participativa.

Conclusiones

Talvez la conclusión más dura a la que llegamos es que ,Fotofest Bolivia como organización no logro a pesar de sus esfuerzos, prosperar en operaciones turísticas , cabe destacar NO por deseos o incapacidad propia , sino por factores externos a la organización en este fin, como ya dijimos la población de fotógrafos y de entusiastas de fotografía ha aumentado e iba en crecimiento, es un segmento de mercado que estuvo por mucho tiempo habido de productos que eran inexistentes en el mercado ,



INDICE DE CONTENIDO

| | | |
|-------|--|----|
| 1. | INTRODUCCIÓN | 9 |
| 2. | MARCO INSTITUCIONAL | 11 |
| 2.1. | Datos Generales..... | 11 |
| 2.2. | Visión y Misión de la Institución..... | 11 |
| 2.3. | Objetivos Institucionales | 12 |
| 2.4. | Características Institucionales | 12 |
| 2.5. | Desempeño Profesional del Postulante | 14 |
| 3. | DESCRIPCIÓN DEL DESEMPEÑO LABORAL | 16 |
| 4. | JUSTIFICACION DEL TEMA..... | 17 |
| 5. | IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DEL PROBLEMA | 19 |
| 5.1. | Falta de Promoción como destino turístico | 19 |
| 5.2. | Inadecuada Obtención de Imágenes..... | 20 |
| 5.3. | Mal aprovechamiento | 20 |
| 5.4. | Desconocimiento de técnica fotográfica | 21 |
| 5.5. | Infravaloración del sitio turístico Chacaltaya | 23 |
| 6. | OBJETIVOS | 25 |
| 6.1. | Objetivo General | 25 |
| 6.2. | Objetivos Específicos | 25 |
| 7. | MARCO CONCEPTUAL | 25 |
| 7.1. | Montañas nevadas | 25 |
| 7.2. | Chacaltaya | 26 |
| 7.3. | Promoción | 26 |
| 7.4. | Comercialización..... | 27 |
| 7.5. | Destino Turístico | 28 |
| 7.6. | Recurso Turístico | 29 |
| 7.7. | Sitio Turístico | 30 |
| 7.8. | Turismo | 31 |
| 7.9. | Esquí..... | 31 |
| 7.10. | Fotografía | 31 |



| | | |
|-----------|---|----|
| 7.10.1. | Turismo y Fotografía..... | 32 |
| 7.10.2. | Fotográfica Comercial Turística | 33 |
| 7.10.3. | Fotografía Publicitaria | 34 |
| 7.10.4. | Fotografía de Retrato | 34 |
| 7.10.5. | Fotografía Documental | 34 |
| 7.10.6. | Fotografía de Paisajes | 35 |
| 7.11. | Reglas de Composición Fotográfica | 36 |
| 7.11.1. | La Regla de los Tercios | 37 |
| 7.11.2. | Dónde colocar la Línea del Horizonte en una Composición | 39 |
| 7.11.3. | Espacio Negativo Y Menos, Es Más..... | 39 |
| 8. | MARCO LEGAL | 40 |
| 8.1. | Constitución Política Del Estado Plurinacional | 40 |
| 8.2. | Ley Del Patrimonio Cultural Boliviano | 41 |
| 8.3. | Ley General De Turismo “Bolivia Te Espera” | 42 |
| 9. | REFERENTES METODOLÓGICOS | 44 |
| 9.1. | Metodología Cualitativa | 44 |
| 9.2. | Entrevistas a informantes claves..... | 45 |
| 9.3. | Observación Participante | 51 |
| 10. | PROPUESTAS DE SOLUCIÓN..... | 53 |
| 10.1.1. | Locaciones Estratégicas..... | 53 |
| 10.1.1.1. | La primera locación | 54 |
| 10.1.1.2. | La segunda locación | 55 |
| 10.1.1.3. | La tercera locación..... | 55 |
| 10.1.1.4. | La cuarta locación..... | 56 |
| 10.1.2. | Condiciones de las visitas | 57 |
| 11. | EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO LABORAL | 60 |
| 11.1. | FotoFest Turismo Y Chacaltaya | 60 |
| 11.1.1. | Fotofest Bolivia 2015 | 60 |
| 11.1.2. | Primeras salidas a Chacaltaya..... | 61 |
| 11.1.3. | FotoFest Bolivia 2016 | 62 |
| 11.2. | FotoFest 2017..... | 67 |
| 12. | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 69 |



| | | |
|-------|--------------------------|----|
| 12.1. | Conclusiones | 69 |
| 12.2. | Recomendaciones | 70 |
| 13. | BIBLIOGRAFÍA..... | 71 |
| 14. | ANEXOS FOTOGRÁFICO | 73 |

INDICE DE ILUSTRACIONES

| | | |
|-----------------|---|----|
| Ilustración 1: | Organigrama FOTO FEST..... | 15 |
| Ilustración 2: | Foto bonita sin técnica, mal orientada no respeta línea del horizonte | 22 |
| Ilustración 3: | Foto con la adecuada técnica fotográfica..... | 23 |
| Ilustración 4: | Con técnica y el lugar estratégico..... | 36 |
| Ilustración 5: | descripción grafica de la regla de dos tercios | 38 |
| Ilustración 6: | Descripción práctica de la regla de los dos tercios | 38 |
| Ilustración 7: | Descripción práctica de la regla del horizonte | 39 |
| Ilustración 8: | descripción grafica de la regla Espacio negativo Y Menos..... | 39 |
| Ilustración 9: | ANTES DE SU VISITA AL NEVADO CHACALTAYA, SABIA DE LA EXISTENCIA DE LA CABAÑA DE ESQUI?..... | 46 |
| Ilustración 10: | • Porque elegiste hacer el viaje con fotofest? | 47 |
| Ilustración 11: | • ¿Cuándo visitaste el nevado Chacaltaya? | 47 |
| Ilustración 12: | • ¿Qué motivo tu visita al nevado Chacaltaya? | 48 |
| Ilustración 13: | • ¿Cuánto tiempo estuviste en el nevado chacaltaya? | 48 |
| Ilustración 14: | Valora tu experiencia ,en el nevado Chacaltaya..... | 49 |
| Ilustración 15: | ¿estarías interesado en repetir una salida al nevado chacaltaya orientada a la fotografía?..... | 50 |
| Ilustración 16: | • ¿Que estilo fotográfico quisieras practicar? | 50 |
| Ilustración 17: | Volverías a futuras salidas al nevado chacaltaya? | 51 |
| Ilustración 18: | Primera locación para fotografías en..... | 54 |
| Ilustración 19: | Segunda locación para fotografías..... | 55 |
| Ilustración 20: | Tercera locación para fotografías en Chacaltaya | 56 |
| Ilustración 22: | Cartilla de viaje | 59 |
| Ilustración 23: | foto de taller de fotografía documental | 61 |
| Ilustración 24: | Boletín viaje taller en espacios libres salar de Uyuni 2016 | 64 |



1. INTRODUCCIÓN

La presente memoria laboral consiste en materializar lo aprendido, tanto en aulas de la carrera de turismo perteneciente a nuestra casa superior de estudios Universidad Mayor de San Andrés (U.M.S.A), así como en el campo laboral (en mayor medida FOTOFEST Bolivia); en efecto, todo basándonos en experiencias que brindaron a mi persona datos fiables.

En términos generales, para que un potencial cliente o comprador (persona, empresa, organización, gobierno), adquiera o compre un producto que necesita o desea (sea un bien o servicio), necesita antes:

- 1) saber de su existencia,
- 2) sentirse persuadido para comprar ese producto
- 3) recordar que existe.

En este sentido es necesario señalar que: durante los años 40 del siglo pasado el nevado Chacaltaya y su cabaña de esquí, fue considerado como: un **DESTINO TURÍSTICO DE ÉLITE Y EXCLUSIVO PARA DEPORTISTAS** nacionales, extranjeros y turistas. Casi exclusivamente, durante 40 años se convierte en un referente deportivo para toda América latina, se lo promocionaba como “la pista natural de esquí más alta del mundo”; para los años 90 del siglo pasado y la primera década del nuevo siglo, por factores climáticos y sociales el nevado Chacaltaya como destino turístico pierde mucho de su fama y promoción.

A pesar de los cambios a lo largo de su vida como producto turístico, el nevado Chacaltaya continúa recibiendo visitantes nacionales y extranjeros, para el año “2015 el nevado Chacaltaya fue visitado por un aproximado de 13.824 Visitantes al año entre



turistas nacionales e internacionales”² incluyendo visitantes eventuales. Con estos números, los cuales son bastante alentadores, es evidente que existe una demanda latente para visitar el ex nevado. Ahí se puede evidenciar una gran oportunidad para promocionar y potenciar el Chacaltaya.

Como parte de la experiencia turística, el turista consume imágenes en diversas formas y soportes, por ejemplo: imágenes fijas (de folletos, guías de viaje, fotografías y tarjetas postales) e imágenes en movimiento (de películas, videos y TV). Tanto es así que, la imagen turística puede ser considerada como el ‘motor’ de la actividad turística, al ser la primera impresión que llega al cliente y en muchos casos es lo primero que el turista “compra” al adquirir un paquete o recorrido turístico.

A raíz de este análisis y durante el tiempo en el que el autor de esta memoria estuvo trabajando en distintas empresas y organizaciones referentes del turismo local y de la fotografía, se detonaron varias preguntas ¿Cómo se estaban manejando las imágenes? ¿Estaban siendo útiles al turismo? ¿Estaba funcionando la fotografía como una herramienta o souvenir? ¿Cuál era el nivel en torno a conocimientos fotográficos?

Es así, que en esta oportunidad centramos nuestros esfuerzos en un sitio turístico en específico: el nevado Chacaltaya desde el punto de vista de la fotografía. Por esta razón elegimos como tema:

“Promoción del Chacaltaya como sitio turístico de La Paz a través de fotografía en el FOTOFEST Bolivia durante el 2015-2017”

Con la finalidad de mejorar la promoción del Chacaltaya desde la fotografía, tratando de mostrar imágenes, técnicamente mejor tomadas y con una óptica distinta a la fotografía tradicional.

²Cita de entrevista con Víctor Quispe Ballesteros Gerente propietario VicTUR s.a



2. MARCO INSTITUCIONAL

La presente “memoria laboral” corresponde al tiempo que mi persona de desempeño funciones en FotoFest Bolivia Organización sin fines de lucro dedicada a la enseñanza de la fotografía y difusión de la cultura tiempo durante el cual se obtuvieron y se pudieron aplicar estos de una manera practica .

La presente memoria laboral se centrara en las gestiones 2015- 2017.

2.1. Datos Generales

Institución : **Fotofest Bolivia**
Dirección : Calle Genaro Sanjinés N°541, La Paz-Bolivia.
Web: : <http://www.fotofestbolivia.wordpress.com/>
Teléfono : 73021813
Email : fotofestbolivia@gmail.com
Tiempo en la institución: 4 años

2.2. Visión y Misión de la Institución

Visión: Generar herramientas para que jóvenes bolivianos creen una narrativa en sus proyectos autorales.

Misión: Brindar un espacio de formación, promoción, difusión y circulación de trabajos autorales nacionales.



2.3. Objetivos Institucionales

- Organizar un encuentro anual de fotografía de autores que trabajen en tres campos de acción: formación, difusión y producción de fotografías en Bolivia.
- Promover el trabajo colectivo y la nueva producción visual con una mirada social, con participación de fotógrafos y fotógrafas nacionales e internacionales, genera intercambio de aprendizajes, promoviendo nuevas propuestas, pero sobre todo nuevos actores emergentes.
- Democratizar el acceso al arte de la fotografía.

2.4. Características Institucionales

La organización FotoFest nació en octubre de 2013 (**anexo1**) con un primer festival de fotografía y el primer encuentro de colectivos fotográficos, en el que 8 colectivos se reunieron para analizar las problemáticas del sector, a partir de ese momento el festival se ha desarrollado ininterrumpidamente hasta el presente, llegando a realizarse la 9na versión de este, destacando la participación de fotógrafos profesionales, amateurs y entusiastas de la fotografía, resultando en un aumento en calidad de producción de imágenes, la participación de autores independientes, nacionales, internacionales y de distintas organizaciones.

Después del primer festival, realizado en 2013, se desveló la necesidad de abrir espacios para el estudio y perfeccionamiento de habilidades fotográficas que en ese momento (2013) eran inexistentes, de igual forma se evidenció la necesidad de democratizar el arte de la fotografía, mejorar contenidos y aportar al IMAGINARIO FOTOGRAFICO. Esto impulsó el nacimiento de FotoFest Bolivia como una organización, principalmente de educación del arte de la fotografía y de difusión cultural siendo su principal función la educación y no así el lucro.

FotoFest Bolivia es una organización de carácter educativo y cultural enfocada a la enseñanza, democratización de la fotografía como arte y promoción de fotógrafos



emergentes. Su sede central se encuentra en la ciudad de La Paz, proyectando su expansión a Cochabamba. La cantidad de personas que participan de la organización del festival y los eventos suele variar de acuerdo a la estacionalidad de las actividades que esta realiza, siendo el personal constante: 8 personas entre los que se pueden contar fotógrafos, diseñadores gráficos y gestores culturales, contando además con hasta 18 voluntarios en el momento del festival de fotografía.

Las actividades más importantes de FotoFest Bolivia como organización a lo largo del tiempo de estudio y funciones de mi persona (2015-2017) fueron:

- Encuentro de colectivos fotográficos
- Organización de concurso municipal Freddy Alborta
- Organización del “Concurso de fotografías categoría colectiva” marco del festival de fotografía ;
- Organización de Concurso de fotografías “categoría individual” marco del festival de fotografía;
- Muestras fotografías simultáneas en la ciudad de La Paz (salas de exposición, museos, galerías de artes, etc.);
- Cursos, charlas, talleres en el marco del festival de fotografía
- Charlas cada dos semanas educativas o taller exprés FOTOCAFEST
- Venta de fotografías de autor (concurstantes y miembros de la organización)
- Exposiciones en feria dominical” foto imposible”
- Exposición en feria del libro “Chukuta pico verde”
- Exposiciones mensuales para promoción de fotógrafos emergentes: “PROMOCIONarte con temática libre”.
- Organizar programa de brigadas fotográficas de La Paz y en conjunto con brigadas fotográficas latinoamericanas

A la fecha, el FotoFest Bolivia – como institución- organizó 9 festivales de fotografía y se tiene proyectado mostrar la imagen de “FF 21” (FotoFest 2021) en la ciudad de La Paz;



además, de organizar brigadas fotográficas de La Paz y encuentros de colectivos que permitan visibilizar el trabajo de las mismas, así como la premiación del concurso municipal “Freddy Alborota 2021”. Por consiguiente, hay una proyección a consolidar el festival a nivel local y diversificarlo a nivel nacional.

2.5. Desempeño Profesional del Postulante

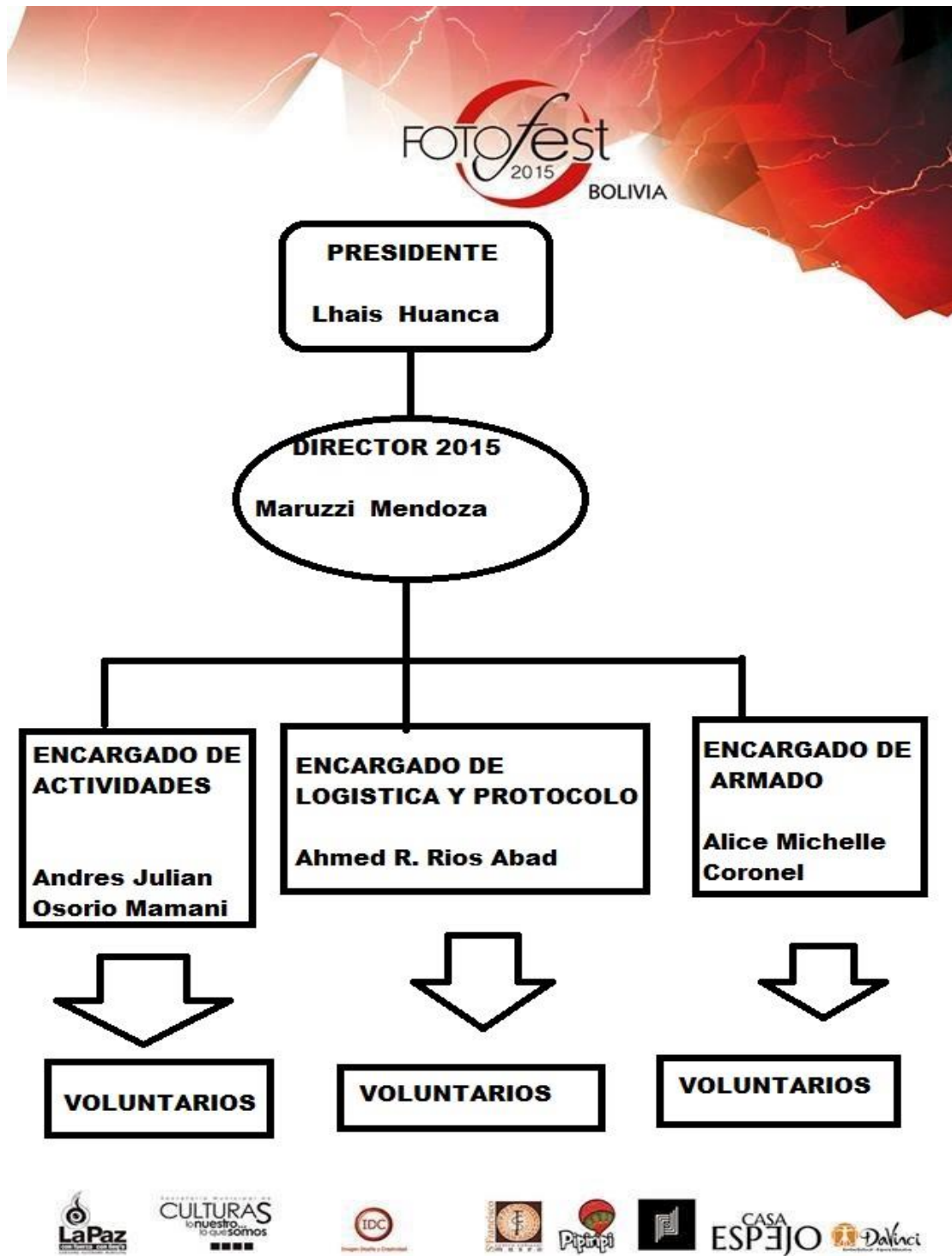
En un inicio mi persona desempeñó actividades como voluntario del festival (3 meses), una vez terminado este periodo comienzo a trabajar dentro de la institución donde progresivamente mis responsabilidades aumentan entorno a la organización planeamiento y gestión de actividades dentro de la institución, llegando a ocupar distintos cargos dentro de la institución tales como:

- Coordinador de visita al nevado Chacaltaya con fines exploratorios y su potencial fotográfico como atractivo turístico (2015)
- Encargado de logística y protocolo festival de fotografía 2015
- Coordinador de desarrollo y coordinación de salidas fotográficas (2015-2017).
- Miembro de comité organizador de actividades complementarias feria dominical y Fotocafest (2015-2017).
- Encargado de stand feria del libro, venta de fotografías y postales feria del libro (2016).
- Miembro del directorio y comité de organización del FotoFest Bolivia (2016-2017).

A continuación se muestra el organigrama de FotoFest:



Ilustración 1: Organigrama FOTO FEST



Fuente: Archivo FotoFest Bolivia



3. DESCRIPCIÓN DEL DESEMPEÑO LABORAL

Las labores realizadas por mi persona en el FotoFest Bolivia en los diferentes cargos ocupados durante el tiempo que fue parte de este, fueron:

- Organización y realización de salidas fotográficas con invitados³ y posibles socios dentro de la ciudad de La Paz y sus alrededores (Valle de la luna, Lago Titicaca, Huayna Potosí, Nevado Chacaltaya).
- Visita al nevado Chacaltaya con fines exploratorios y su potencial fotográfico como atractivo turístico incluyendo viajes a la antigua Cabaña Esquí Chacaltaya.
- Producción y difusión de fotografías del Chacaltaya por redes sociales así como exposición de fotografías del Chacaltaya en el marco del FotoFest Bolivia.
- Montado y desmontado de exposiciones fotográficas en museos y espacios municipales, espacios privados y feria del libro con la exposición “Chucuta Pico Verde”.
- Responsable de protocolo de expositores (facilitar materiales, espacios y el orden correlativo de las distintas actividades durante el festival);
- Tareas de logística y organización antes, durante y después del festival entre las que se pueden destacar: la contratación de hospedaje para los participantes, el traslado de invitados y expositores del aeropuerto a sus hoteles y coordinación y supervisión de tareas asignadas a los grupos que formaban parte del equipo.
- Organización de charlas taller express “FotoCafest Bolivia” en espacios culturales como la cúpula de adobe y teatro al aire libre;
- Cobertura de Rally Dakar Bolivia edición 2015.

³ A continuación, citaremos algunos de los invitados: Club de Fotografía Perú Cesar Cáceres, RAUL SIBAJA (4to lugar de fotógrafos mexicanos siglo XX), la ecuatoriana Diana Carolina Guayasamín (ejecutiva de fundación Guayasamín), el maestro chileno en fotografía Cesar Torogolla, los colombianos del colectivo Lokkus Arte Contemporáneo Catalina Rodas Q, Camilo Londoño Hernández y Hébert Rodríguez García.



Estas importantes aportaciones contribuyeron al desarrollo y mejoramiento de la institución.

4. JUSTIFICACION DEL TEMA

La ciudad de La Paz es considerada la capital más alta del mundo: se estima en un promedio de 3.700 metros sobre el nivel del mar. Sin embargo su aeropuerto está a 4.100 metros de altitud, localizado en un municipio que se ha unido físicamente a El Alto.

el cono urbano La Paz-El Alto tiene una población de 1.660.000 habitantes, distribuidos de manera equilibrada entre los dos municipios, aunque ⁴El Alto ya con 922.598 habitantes superó en población a La Paz que posee 756.598 habitantes , esto gracias a que El Alto tiene una tasa de crecimiento superior, siendo la segunda urbe que más habitantes ha ganado en el país durante el último período censal(2012) .En ese sentido, el crecimiento poblacional debe ir acompañado de políticas públicas de fomento al turismo local donde, el sitio turístico de Chacaltaya es uno de los más importantes que se tiene en cercanías de las dos ciudades antes mencionadas.

Dejando atrás el ámbito poblacional tomemos en cuenta el ámbito geográfico el nevado Chacaltaya está a 37 kilómetros del centro de la ciudad de La Paz posee un camino que asciende desde alto Milluni y está a más o menos 1 hora del km 0, además de ser una locación única en toda la cuenca del lago Titicaca, por su altura sobre el nivel del mar, su localización y fácil acceso.

Respecto a la fotografía; a inicios del 2015 existían dos cursos de fotografía para principiantes y 8 colectivos fotográficos. Los cursos han ido evolucionando y expandiéndose no solo a un nivel presencial sino también digital, despertando así el interés

⁴ INE – El Alto, 6 de marzo de 2018.- Proyecciones poblacionales al 2018 señalan que el municipio de El Alto tiene 922.598 habitantes, mostrando un crecimiento de 10.392 personas respecto al 2017, informó el Instituto Nacional de Estadística



de la población en general en ampliar sus conocimientos para mejorar sus capturas fotográficas. Si bien los cursos y capacitaciones abundan en el medio, las oportunidades de aplicar los conocimientos son escasas.

Con esta información es evidente que, trabajar en la promoción del Chacaltaya como sitio turístico de La Paz a través de fotografías capturadas realizadas durante las distintas actividades de Fotofest Bolivia durante el 2015-2017 es una oportunidad de reactivar y potenciar este destino además de generar contenido. Este destino es el que representa mayor oportunidad porque:

- Es uno de los sitios turístico menos promocionado por el Estado y sus diferentes niveles (municipio paceño, gobierno departamental y nacional) y las agencias de turismo.
- Como sitio turístico en Chacaltaya, operan dos agencias que están legalmente constituidas y, también, hay algunos viajes que hacen emprendimientos unipersonales. Las dos empresas son las que monopolizan el turismo, lo cual dificulta la diversificación de ofertas de paquetes turístico al Chacaltaya.
- El cambio del paisaje natural del Nevado Chacaltaya nos lleva a buscar alternativas a lo que otrora fuera un atractivo para esquiadores y andinistas .
- Existe un gran potencial no solo en el nevado como tal sino también en instalaciones de la cabaña abandonado por el club andino boliviano.

Adicionalmente es necesario señalar que existen problemáticas que afectan al aprovechamiento del lugar:

- La intermitente participación comunitaria para los que se interesan por conocer el Chacaltaya, dan atención solo en horario de la mañana.
- La disputa por la pertenencia geográfica del Chacaltaya entre los distritos de: 7 lagunas, Zongo y Hampaturi obstaculiza la implementación de proyectos que vayan a fortalecer el turismo en el lugar.



Habiendo analizado tanto las oportunidades y las falencias del destino sostenemos que la fotografía en turismo es una herramienta poderosa que puede ser usadas con carácter promocional y no solo como algo que queda en el recuerdo siempre y cuando se adecuen las estrategias correctas para su aprovechamiento.

5. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DEL PROBLEMA

Debido a que la fotografía y el turismo están estrechamente relacionadas y tomando en cuenta el tiempo que hemos desempeñado funciones en Fotofest Bolivia, pudimos observar ciertos patrones que no son saludables para el turismo y la fotografía. En ese sentido, hemos identificado como problema “la falta de estrategia para la promoción del Chacaltaya como sitio turístico de La Paz”. A continuación, descomponemos el problema en lo que consideramos factores clave

5.1. Falta de Promoción como destino turístico

El nevado Chacaltaya y su cabaña de esquí, paso en un periodo corto de ser un **DESTINO TURISTICO DE ELITE Y EXCLUSIVO PARA DEPORTISTAS**, que se promocionaba así mismo, con: entrenamientos de esquí, preparaciones preolímpicas y competencias preolímpicas entre otros. Sin embargo, a partir del retiro del Club Andino Boliviano y hasta la fecha, el Chacaltaya pasa de ser un destino de elite y longevo a convertirse en un mero recurso turístico.

Tristemente no se tienen planes estatales para su promoción ni aprovechamiento del lugar, tampoco se evidencian planes promocionales privados para aprovechar el lugar. Existen algunos paquetes promocionales que incluyen este destino que en su mayoría se ofrecen en combo con City Tours o el Valle de la Luna, esto le quita protagonismo y peso al Nevado CHACALTAYA, menospreciando las ventajas naturales que posee este lugar al ser el más próximo al lago Titicaca, a la ciudad de La Paz y valles yungueño, además de contar con un fácil acceso disponibilidad de transporte.

Desaprovechando así el rebalse turístico proveniente de países vecinos como Perú y Chile.



5.2. Inadecuada Obtención de Imágenes

En la actualidad cualquiera puede obtener una imagen fotográfica, pero no cualquiera puede obtener o realizar una imagen fotográfica apta para promoción turística, incluso con el medio y técnica de obtención las perspectivas varían de una persona a otra, de un profesional a un aficionado, aún al tomar en cuenta variables como calidad de una imagen en pixeles (unidad de medida digital) el dispositivo de captura cámara u otro dispositivo; si no se sigue un protocolo y reglas las imágenes no pasaran de ser más que un lindo recuerdo.

Mas allá de tomar un curso donde se pueden obtener los conocimientos teóricos es necesario practicar la correcta aplicación de la teoría. Esto se puede evidenciar mejor en la **Foto 2 Anexo 2** la cual es una foto tomada sin técnica, en contraposición a una foto bien tomada y con la adecuada calidad podrá ser usada de manera adecuada para la comercialización como se puede apreciar en la **Foto 3 Anexo3**.

5.3. Mal aprovechamiento

Los prestadores de servicios tratan de maximizar su inversión en tiempo y distancia, al mantener el circuito lo más simple posible, esto es lo que se lleva haciendo desde hace casi 20 años. En el caso específico del Nevado Chacaltaya, se visita únicamente la cabaña de esquí y, en el mejor de los casos, la cima de la antigua pista de esquí; esto limita la experiencia de la visita del turista ya que no se obtienen las mejores vistas y por ende las mejores capturas fotográficas no se realizan, en caso de visitantes jóvenes resulta desagradable el percatarse de que la llegada a cumbre (cabaña de esquí), el ascenso y el descenso lo realizaron en 190 minutos y solo estuvieron 30 minutos en el lugar.

El encasillamiento de la oferta de los paquetes turísticos de 2015 a 2017 las empresas que operaban el Nevado Chacaltaya, poseían exactamente el mismo itinerario el cual sigue en uso hasta la actualidad con pocas variaciones, esto limita la toma de imágenes con diferentes ángulos e iluminación dejando a los visitantes con un sinsabor al no haber



explorado el destino en su totalidad. A continuación, detallamos el itinerario estándar mencionado:

⁵“Recojo entre 8:00 a 9:00 dependiendo de su ubicación de hospedaje. Viajaremos durante 1h y 30m mediante transporte con diferentes paradas, donde realizaremos una caminata de 1h y 45m aproximadamente una vez disfrutado del llegar a la cima realizaremos el descenso durante 2 hora para llegar al Valle de la Luna con una caminata de 45 min. Una vez culminado el recorrido llegaremos a la ciudad de La Paz a las 15:30 aproximadamente” (itinerario buhostours)

El itinerario utilizado es inadecuado para la obtención de las mejores vistas y toma de imágenes, las mejores imágenes por características técnicas deben ser obtenidas entre las 6 am y 8 am o en su defecto entre las 6:45 pm a las 7:15 pm esto tomando en cuenta los 5300 M.S.N.M del Chacaltaya donde la luz suele ser bastante más dura generando condiciones específicas para la obtención de imágenes.

5.4. Desconocimiento de técnica fotográfica

En fotografía una imagen puede construir o destruir un objetivo, obtener y usar una imagen “porque esta bonita” no es lo mismo que obtener y usar una imagen adecuada, que de un mensaje “que hable” y cuente su propia historia, por ejemplo, en la **Ilustración 2** podemos ver una imagen obtenida en el nevado Chacaltaya:

⁵ Gentileza entrevista informativa **buhostours**



Ilustración 2: Foto bonita sin técnica, mal orientada no respeta línea del horizonte



Fuente: Archivo personal Ahmed Ríos

La anterior imagen es “una imagen bonita” no cumple reglas de composición fotográfica, posee buena calidad, pero no es apta para el uso promocional turístico, NO porque haya algo mal en alguno de los elementos sino porque el punto de atención principal es la persona no el paisaje, al ser tomada en posición vertical se da mayor prioridad a la persona restando atención al fondo, es decir el paisaje que debería ser el elemento principal pasa a segundo plano.

Por otro lado, como veremos en la **Ilustración 3**, la cual contiene exactamente los mismos elementos que están presentes en la Foto 3, el mensaje es otro: pasa de ser solo una “imagen bonita ” a tener un mensaje , el elemento principal no es la persona en la imagen a pesar de estar en el centro de la imagen. El mensaje se ve acentuado al ser tomada en posición horizontal, de la misma manera cumple con las reglas de composición las cuales ayudan a entregar un mensaje



Ilustración 3: Foto con la adecuada técnica fotográfica



Fuente: Archivo personal Ahmed Ríos

Después de ver ambas imágenes y guiándonos en ellas, pongamos en perspectiva lo que una fotografía bien estructurada podría hacer por el Nevado Chacaltaya: las dos imágenes fotográficas fueron tomadas en el mismo lugar, con el mismo equipo y los mismos elementos, la única diferencia es la técnica y respeto reglas de composición con de estas fueron realizadas.

5.5. Infravaloración del sitio turístico Chacaltaya

Lastimosamente no existen datos estadísticos oficiales del desarrollo de Nevado Chacaltaya, esto a causa del retiro del Club Andino Boliviano de la administración de la cabaña y la situación de disputa territorial de límites en que se encuentra, problema que también ha influido en el desarrollo y mantenimiento de la cabaña de esquí.



Basándonos en el costo estándar que se cobraba por ingresar al cabaña de esquí el cual era de Bs 15 por Visitantes se supondría un ingreso estimado por año de unos Bs 242.610 estimados al año, pero al no estar claro a qué organización territorial pertenece, el destino y administración de los fondos son inciertos, otro problema es, lo intermitente de la atención en la entrada solo se atiende de en las mañanas de 9:00 Am hasta las 12 :00 Pm.

Desde la década de los 80 del siglo pasado ya se había visto un descenso en la afluencia de turistas y visitantes, durante la década de los 90 el descenso fue dramático hasta casi dejar de operar por completo razón por la cual se detuvo la promoción del lugar.

Durante los años 2000 hay un repunte sostenido que continua hasta nuestros días, datos estimados proporcionados por los principales operadores: vector búhos y maya tours; tomando como precio base en el mercado el paquete: Chacaltaya - Valle de la Luna, el cual se vendía en Bs 100 y tenía un costo para agencias aproximado neto de entre Bs.60 a Bs.70 por Visitantes .

En 2015 habrían visitado Chacaltaya un aproximado de 13.824 Visitantes lo que habría significado considerando, gastos y restando comisiones, un ingreso neto de Bs. 829.440 repartidos entre las dos empresas, lo cual se traduce en un ingreso anual aproximado de Bs 414.720 por empresa al año, es decir que mensualmente estas empresas tendrían un ingreso aproximado Bs 34.560, suficiente para que una operación turística pueda operar de manera estable y constante si tomamos en cuenta que la llegada de turista a la ciudad estaba creciendo en un orden sostenido de 8.5% según el INE (datos ideales por ser La Paz la puerta de ingreso de turistas a Bolivia) en 2016 la cantidad de turistas que visitarían Chacaltaya sería 16.174 Visitantes que se traduce en

Bs.970 440 y en 2017 la tendencia se mantendría subiendo a 18.524 Visitantes que se traduce en ingresos de Bs 111.445 aproximadamente. Chacaltaya era uno de esos lugares obligatorios para visitar en la ciudad de La Paz en circunstancias ideales.



6. OBJETIVOS

6.1. Objetivo General

- Promocionar al Chacaltaya como sitio turístico de La Paz a través de la aplicación de la técnica fotográfica por fotógrafos en formación a través del FotoFest Bolivia.

6.2. Objetivos Específicos

- Describir los recursos turísticos del Chacaltaya como referencia para el turismo local y nacional .
- Evidenciar los servicios turísticos ofertados por el FotoFest Bolivia durante el año 2015 al 2017 y los resultados obtenidos.
- Caracterizar y visibilizar la importancia de la foto como herramienta para la promoción de sitios turísticos y la relación que esta tiene con el turismo.

7. MARCO CONCEPTUAL

Para la elaboración de la memoria académico laboral sobre la “promoción del Chacaltaya como sitio turístico de La Paz a través de fotografía en el FOTOFEST Bolivia durante el 2015-2017” emplearemos las siguientes categorías conceptuales:

7.1. Montañas nevadas

Son los actuales residuos de las grandes glaciaciones ocurridas en el planeta. Durante ellas, buena parte de las montañas estuvo cubierta por gruesas capas de hielo, al terminarse el periodo glaciario, la temperatura del planeta aumentó y parte del hielo se derritió. Las masas de hielo que cubren parte de las montañas en la actualidad son el residuo de este proceso. A ellas se les llama erróneamente nieves perpetuas, esto no es cierto ya que estas masas se



están derritiendo constantemente. Actualmente, en la región tropical, los nevados o glaciares se localizan por encima de los 4.000 m.

7.2. Chacaltaya

Chacaltaya es una montaña ubicada en el departamento de La Paz de Bolivia con una altura de 5421 M.S.N.M, localizada en la Cordillera de los Andes. Está a 30 kilómetros de la ciudad de La Paz y muy cerca del Huayna Potosí. Era el campo de esquí más cercano a La Paz y la única área de esquí en Bolivia. Era notable por ser la pista de esquí más alta del mundo, así como la más cercana a la línea del Ecuador. El camino a la base es de 200 metros, se llega por un camino construido en los años 30.

En los últimos años fue perdiendo nieve drásticamente a causa del calentamiento global. Hacia 2010, no había más de 20 metros de longitud del glaciar, y desapareció en su totalidad durante ese año, cuando la nieve restante se sublimó por completo. Es el primer glaciar tropical extinto de Sudamérica.

7.3. Promoción

En términos generales, para que un potencial cliente o comprador (persona, empresa, organización, gobierno) adquiera o compre un producto que necesita o desea (sea un bien, servicio, idea, lugar, persona o combinaciones de éstas), necesita antes: 1) saber de su existencia, 2) sentirse persuadido para comprar ese producto y 3) recordar que existe.

Por tanto, si queremos lograr que los potenciales clientes compren un producto X (que obviamente tiene que ser de buena calidad, satisfacer necesidades o deseos, tener un precio que los clientes están dispuestos a pagar y estar disponible en el lugar y tiempo precisos), es indispensable realizar una serie de actividades que comuniquen adecuadamente a esos potenciales clientes la existencia de ese producto, lo persuadan para que lo compre y luego



le recuerden que existe. Y todo esto, es parte de una herramienta de marketing:
La **PROMOCIÓN**.

Según Jerome McCarthy (quién introdujo el concepto de las 4P's del marketing: Producto, Plaza, Precio y Promoción) y William Perreault, *“la promoción consiste en transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos”*. A esto añaden algo a tomar en cuenta: *“La función principal del director de marketing consiste en comunicar a los consumidores meta que el producto idóneo se encuentra disponible en el lugar adecuado al precio correcto”*

2 del libro: «Marketing», Undécima Edición, de McCarthy Jerome y Perreault William, McGraw-Hill Interamericana, 1997, Pág. 446.

7.4. Comercialización

La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman.

Comercializar un producto consiste en encontrar para él la presentación y el acondicionamiento que lo vuelvan atractivo en el mercado; propiciar la red más apropiada de distribución y generar las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal.

La Secretaría de Economía apoya la inserción de las empresas nacionales a los mercados mediante estrategias que les permiten identificar oportunidades potenciales, ingresar y competir en ellos, al tiempo que desarrollan sus productos para cumplir con estándares cada vez más altos de calidad.



7.5. Destino Turístico

Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística.

Según Francesc Valls define al destino turístico como "... la unidad base de gestión para las políticas turísticas" y considera una serie de características que lo configuran:

Un espacio territorial homogéneo: en realidad, cualquier espacio geográfico susceptible de ser planificado por poseer cierta capacidad administrativa. Esto significa que "además de unidades territoriales básicas, los destinos pueden abarcar una o varias naciones; una o varias regiones.

Podemos decir entonces que DESTINO TURISTICO sería el que en mayor o menor medida detonaron la idea de emprender un viaje.

Por definición Chacaltaya FUE UN DESTINO TURISTICO, desde la fundación del Club Andino Boliviano en 1939 por parte del ilustre Arq. Artur Ponasi y su posterior adecuación para la práctica del esquí. Chacaltaya no era un glaciar cualquiera, era el único glaciar de Bolivia apto para ser esquiado. En 1943 fue equipado con un remonte y un par de pistas de esquí que funcionaron con este fin siendo considerado un lugar apto para competencias de calificación a los juegos olímpicos de invierno; deportistas de toda América del sur iban a competir incluso usando la estación de esquí como campamento base para preparación de expediciones a los principales picos nacionales.



Chacaltaya fue un destino turístico de elite hasta la decadencia de este, en años 90 cuando se empiezan a hacer las primeras mediciones sobre el glaciar como se muestra en la **Foto 6 anexo 4** finalmente el glaciar desapareció, como consecuencia del calentamiento global y continuas sequias en agosto de 2009.

Incluso en su cierre y decadencia Chacaltaya cumplido por definición lo que es un destino turístico, se lo exploró, desarrolló, consolidó y finalmente declinó. En la década de los años 80 se pudo apreciar una disminución en el manto de nieve apto para el esquí esto repercutió negativamente en el turismo, durante los siguientes años en la década de los 90 se darán las primeras mediciones del impacto del cambio climático, en 2006 el Club Andino Boliviano dará la voz de alarma proponiendo el plan de sembrar nubes con nitrato de plata para provocar mayores nevadas que mitiguen el impacto negativo esta técnica habría costado unos 14.000 dólares americanos y ya habría sido probada en Chile y Argentina, pero ya en esta época la situación limítrofe gris de la ubicación de Chacaltaya hacía difícil decir de quien era la responsabilidad del lugar. (<https://www.bolivia.com/noticias/autonoticias/DetalleNoticia23270.asp>)

7.6. Recurso Turístico

El recurso no se define por su propia existencia sino por su capacidad para satisfacer necesidades humanas. Por ejemplo, un lago no es un recurso en sí mismo. El concepto de recurso es algo subjetivo, relativo, funcional y, a la vez, dinámico en el tiempo por cuanto depende del conocimiento, la capacidad tecnológica y de los objetivos individuales y sociales.

La actividad turística únicamente tiene lugar si existen ciertas atracciones que motiven a cierto número de personas a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él, estas atracciones se denominan recursos o atractivos turísticos.



Según la OMT, se hace una diferenciación entre dos conceptos: PATRIMONIO TURÍSTICO = Conjunto de potencialidades y RECURSOS TURÍSTICOS = Patrimonio turístico + Aportación humana = Patrimonio utilizable. DEFINICIÓN: recursos turísticos son “todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda”. Según la OMT un patrimonio es turístico en el momento en que los visitantes se interesan por él, y es recurso turístico cuando mediante la intervención humana es utilizable turísticamente. Para que exista turismo debe haber un recurso a consumir y una motivación por parte del visitante para consumirlo, por lo que es necesario que primero exista el recurso, de forma que éstos se consideran como la materia prima del turismo

Bajo la descripción antes expresada casi cualquier espacio puede convertirse en un recurso turístico, pero para ayudarnos a no desperdiciar recursos debemos escoger de manera inteligente en cual convendrá invertir nuestros recursos

Por lo antes expresado e inminente el declive del destino turístico de Chacaltaya paso a ser un recurso turístico, la cercanía a la ciudad de La Paz su excelente altura 5400 sobre el nivel del mar proporciona un mirador desde el cual se puede observar distintos pisos ecológicos, valles de yungas, la cordillera real el altiplano, el lago Titicaca incluso en un buen día hasta el nevado Sajama y además la ciudad de La Paz. A pesar de esto Chacaltaya por sí solo no podría sobrevivir solo, para fines de comercialización se le asocia con otro recurso turístico bastante popular: El Valle de la Luna como se muestra en la **foto 7 Anexo 5**, esto aseguro la supervivencia y prosperidad durante el declive de Chacaltaya hasta nuestros días.

7.7. Sitio Turístico

Se denomina zona a un sector de una superficie o de un terreno. Turístico, por su parte, es un adjetivo que refiere a lo vinculado al turismo (la actividad que lleva a cabo una persona cuando viaja a un lugar distinto al de su residencia y pernocta en dicho sitio).



Una zona turística, de este modo, es un espacio que, por sus atractivos, seduce a una gran cantidad de visitantes. Una zona puede convertirse en turística por su belleza natural, su infraestructura de ocio, sus edificios históricos o su oferta de eventos, por citar algunas posibilidades.

7.8. Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

7.9. Esquí

El término esquí deriva del francés *Sky*, a su vez procedente de la lengua noruega. Así se denomina a un patín alargado que se emplea para deslizarse sobre el agua o la nieve. Por extensión, se llama esquí al deporte y actividad recreativa que se realiza sobre estas tablas.

Los esquís originales se fabricaban con madera. En la actualidad suelen combinarse distintos materiales, como titanio, fibra de carbono y otros. Los esquís son más anchos en la cola y en la punta que en el sector central, donde se halla la fijación: allí se engancha la bota del esquiador. La persona también utiliza bastones para impulsarse y mantener el equilibrio.

7.10. Fotografía

La palabra fotografía se deriva de los vocablos de origen griego: *phos* (luz) y *grafis* (escritura), lo cual significa escribir o dibujar con luz. La fotografía es la técnica de captar imágenes permanentes con una cámara, por medio de la acción fotoquímica de la luz



o de otras formas de energía radiante, para luego reproducirlas en un papel especial o algún material fotosensible.

7.10.1. Turismo y Fotografía

El turista consume imágenes en diversas formas y soportes, por ejemplo: imágenes fijas (de folletos, guías de viaje, fotografías y tarjetas postales) e imágenes en movimiento (de películas, videos y TV). Tanto es así que, la imagen turística puede ser considerada como el ‘motor’ de la actividad turística “...en la que el folleto produce el turismo [el destino turístico] y al turista, en la que el significante icónico [la imagen fotográfica] crea el significado: lo que hay que ver, comprobar, localizar y tocar...” (Callejo Gallego, 2006: 196). Sin embargo, las imágenes fotográficas casi no son utilizadas para el estudio del fenómeno turístico, como nos dice Callejo Gallego:

“... en campos como, por ejemplo, la medicina, el análisis de imágenes producidas a partir de la más sofisticada tecnología (escáner, sondas, etc.) se ha convertido en uno de los principales aliados para el diagnóstico e, incluso, la intervención, en un campo como el del Turismo, que se construye principalmente sobre imágenes, éstas son apenas ocasionalmente objeto de estudio en sí mismo” (Ibid. 195).

Sobre el tema, en los últimos años se han realizado varios estudios en el ámbito del turismo, tanto cuantitativos como cualitativos, que consideran distintas dimensiones de análisis de la imagen fotográfica en relación con esta práctica social. Algunos otros estudios (Henderson, 2001; Martín de la Rosa, 2003; Molina, 2004), destacan el aspecto material promocional turístico (folletos y guías de viaje), que relacionan el análisis de la imagen fotográfica con la construcción de la imagen de un destino turístico, concluyendo que la imagen turística de los destinos se construye en base a un referente real, sobre el cual se articula todo un imaginario que idealiza el aspecto más ‘exportable’ del destino, difuminándose el referente real, el cual es reemplazado por un referente turístico.



Por su parte, Hunter (2007) considera las representaciones fotográficas de guías de viajes y folletos turísticos como el motor de los discursos turísticos, ya que orientan la mirada hacia los recursos naturales y culturales de un destino, los muestran desde su mejor ángulo e, incluso, reglamentan las interacciones adecuadas turista-anfitrión a través de sus descripciones. En tanto que, otros investigadores (Markwick, 2001; Norrild, 2001) han trabajado la temática de la imagen turística difundida a través de las tarjetas postales y la manera en que éstas contribuyen a la creación de la imagen de un destino turístico y a su instalación en el imaginario social como representativa de la identidad del destino.

7.10.2. Fotográfica Comercial Turística

Frente a un determinado corpus fotográfico comercial de un destino turístico podemos considerar dos niveles de análisis de la imagen fotográfica. Por un lado, tenemos el iconográfico o morfosintáctico que es referido a las distintas variables del significante fotográfico que organizan la lectura de las imágenes; y, por otro lado, está el iconológico o semántico que está referido a la interpretación del significado de la imagen. Así mismo, no debemos olvidarnos de aquellos elementos extrínsecos de la imagen fotográfica que permiten situarla en un contexto, un tiempo y un espacio determinados, los cuales ayudarán a interpretar su significado.

En el análisis morfosintáctico podemos agrupar las variables del significante fotográfico en dos dimensiones: la dimensión visual y la dimensión espacial (López, 2000). Las variables a considerar dentro de la dimensión visual son: contraste, color (incluyendo cromaticidad, saturación y claridad), nitidez, luz e iluminación. Dentro de la dimensión espacial debemos considerar escala de planos o encuadre, formato, profundidad de campo, ángulo de toma y espacialidad o composición interna de la representación visual. Cada una de las variables mencionadas está ligada, culturalmente, a distintos significados, los cuales generarán en última instancia el mensaje visual transmitido por la imagen fotográfica (por ejemplo: el color rojo ligado al amor, a la pasión y a la sensualidad, o la romaticidad ligada a lo antiguo, al pasado o a la historia).



7.10.3. Fotografía Publicitaria

La fotografía publicitaria es una modalidad de fotografía cuyo objetivo es la promoción, publicidad y venta de un producto o servicio a través de imágenes que despierten en el espectador una emoción. Es decir, es despertar la emoción de cualquier tipo; desde alegría hasta asco o tristeza, pero lo suficientemente recordable como para llamar la atención del receptor y conseguir realizar una acción concreta como consultar una página web, detenerse a mirar sus productos o comprar.

En ese sentido, podemos decir que fotografía publicitaria está referida a la promoción y venta de todo tipo de productos y /o servicios, incluidos los relacionados al turismo; por lo que, su principal función es generar un impulso una sensación que provoque el consumo del producto.

7.10.4. Fotografía de Retrato

La fotografía de retrato fue muy popular desde sus inicios ya que se abría paso a la poca accesibilidad por lo oneroso que resultaban los retratos pintados a mano por artistas. Con ella puedes dar rienda suelta a la inventiva porque va de la mano con la fotografía artística conceptual. El retrato es construido a partir de lo que el fotógrafo quiere comunicar de la persona retratada, su esencia, su historia, su estado de ánimo. En resumen, la fotografía de retrato es un género que se refiere a capturar imágenes en las que el centro de atención es una persona poniendo especial atención en las expresiones de estas y en su estado de ánimo es talvez de las más antiguas y de las más extendidas. **ANEXO 6**

7.10.5. Fotografía Documental

La fotografía documental pretende representar fielmente y congelar un fragmento o momento de la realidad. Se centra en las personas y en los grupos sociales para mostrar aspectos de su vida cotidiana. Se puede definir de muchas maneras, la más extendida y



aceptada dice que “una foto documental nace con la intención de plasmar la realidad en una imagen fija” (Cit. En: Fotonostra). En resumen, la fotografía documental está referida al registro de actividades específicas y no específicas, prácticamente TODO lo que pueda ser fotografiado, dentro de espacios territoriales y temporales, pudiendo ser estas de carácter profesional y obtenidas con recursos técnicos de primera (cámara), no excluyendo a las imágenes obtenidas de modo amateur o con condiciones técnicas alternativas (celular y/o cualquier material foto sensible). Como se puede ver en el **Anexo 7** se puede ver el cambio ocurrido en la cabina del elevador de Chacaltaya por citar un ejemplo

7.10.6. Fotografía de Paisajes

La fotografía de paisajes consiste en la representación de un espacio natural específico. Estos espacios se caracterizan por ser inanimados, estáticos y de carácter factible. No es casualidad que, los paisajes son uno de los temas menos controvertidos y permanentes, ya que es posible fotografiar un mismo paisaje de maneras diferentes, dependiendo el ángulo, el encuadre o la época del año. Por lo tanto, tiene la capacidad de transmitir emociones y sentimientos, por eso a partir de esto los profesionales del arte fotográfico han definido diferentes estilos de fotografía paisajística; por ejemplo, en la fotografía de paisajes podemos encontrar modalidades descriptivas, impresionistas y abstractas, cada una de ellas tiene sus propias características.

En síntesis, la fotografía de paisajes está referida a la captura de imágenes de espacios naturales en los que primen estos (espacios naturales) como elemento principal en la foto, es prácticamente la que más llena de posibilidades esta, una foto de un a pesar de haber sido captada en el mismo lugar nunca será igual a otra .



Foto10

Ilustración 4: Con técnica y el lugar estratégico



Fuente Archivo Ahmed Rios

7.11. Reglas de Composición Fotográfica

Quizás no ha caído en la cuenta, pero cada vez que utiliza una cámara, toma decisiones sobre la composición. Dicho de manera sencilla, la composición es la forma de encuadrar la imagen que va a tomar. Se han escrito muchos libros sobre la composición y, aunque no es probable que dos fotógrafos encuadren la misma escena de la misma forma, hay ciertas reglas generales que pueden ayudarle a que sus fotos sean más interesantes y atractivas.



7.11.1. La Regla de los Tercios

La regla de los tercios puede ayudarle a presentar sus sujetos de la mejor forma posible.

Al mirar por el visor u observar la pantalla LCD de la cámara, le ayuda a imaginar que hay una cuadrícula, como la del tres en raya, sobre la escena. La cuadrícula divide la imagen en nueve recuadros, que se crean superponiendo cuatro líneas a lo que se ve.

Algunas cámaras Nikon incluso tienen una opción de menú con la que las líneas de la cuadrícula se pueden activar en el visor o la pantalla. Estas líneas son una ayuda para encuadrar la imagen y no se verán en la imagen definitiva.

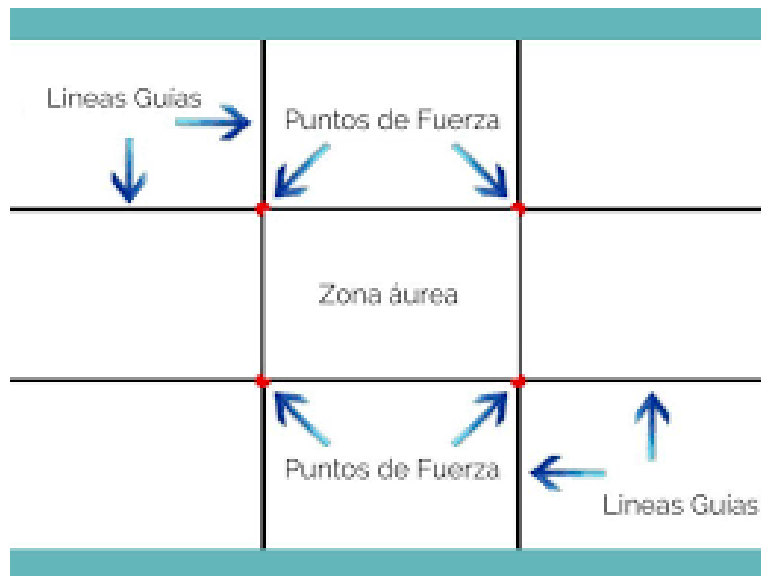
Observe dónde se cruzan las cuatro líneas. La regla de los tercios indica que estos puntos de intersección son los mejores lugares para la posición de los elementos más importantes de la composición. Por lo general, si se hace así, se obtiene una imagen más energética e interesante.

No es necesario que el sujeto esté directamente sobre un punto de intersección; con que esté cerca, la imagen será dinámica y tendrá una composición satisfactoria. Pruebe un par de composiciones distintas para ver cuál le gusta más.

Esas mismas líneas pueden ayudarle a que los horizontes estén nivelados y los elementos verticales de la foto estén rectos. Como se ve en las siguientes ilustraciones.

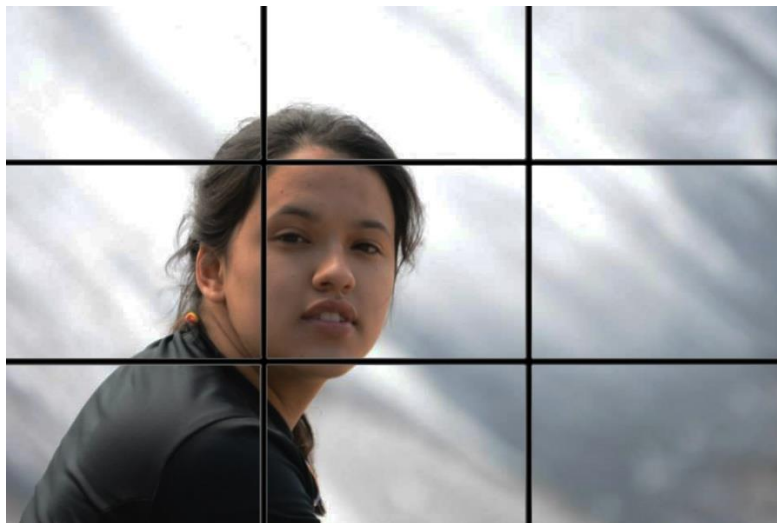


Ilustración 5: descripción grafica de la regla de dos tercios



Fuente <https://www.frikymama.com/regla-de-los-tercios-coposicion-fotografica/>

Ilustración 6: Descripción práctica de la regla de los dos tercios



Fuente: Archivo personal Ahmed Ríos



7.11.2. Dónde colocar la Línea del Horizonte en una Composición

La mayoría de las imágenes tienen un mejor aspecto si el horizonte se coloca encima o debajo del centro del encuadre en lugar de directamente en el centro de la imagen. La excepción es cuando se fotografía una imagen reflejada. En ese caso, colocar el horizonte en el centro puede quedar bien, porque crea elementos iguales en las partes superior e inferior de la imagen: la escena arriba y su reflejo abajo.

Ilustración 7: Descripción práctica de la regla del horizonte



Fuente: <https://www.friky mama.com/regla-de-los-tercios-coposicion-fotografica/>

7.11.3. Espacio Negativo Y Menos, Es Más

Los espacios vacíos, pueden dar mucho juego en las composiciones. Otorgando contraste, geometría o expresividad. Una pared, el cielo. Pueden crear y otorgar expresión a la composición como muestra la foto 14

Ilustración 8: descripción grafica de la regla Espacio negativo Y Menos



Fuente: <https://www.friky mama.com/regla-de-los-tercios-coposicion-fotografica/>



A veces pocos elementos en una composición pueden ser sinónimo de una gran fotografía. Se trata de dar énfasis a un elemento, o de transmitir algo a través del detalle. Suelen ser fotografías cargadas de una gran expresividad.

8. MARCO LEGAL

La legislación boliviana con relación al turismo es bastante rica. Sobre todo, en materia de acopio y difusión de las imágenes dentro del Estado Plurinacional de Bolivia, lo cual son lineamientos y políticas que direccionan y orientan el funcionamiento de la actividad turística, así como la organización y mejor aprovechamiento de las imágenes fotográficas. En efecto, el marco legal que orienta la presente memoria laboral son las siguientes:

8.1. Constitución Política Del Estado Plurinacional

La Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, aprobada el 7 de febrero de 2009, en su Sección III Culturas, sostiene lo siguiente:

Artículo 99.

I. El patrimonio cultural del pueblo boliviano es inalienable, inembargable e imprescriptible. Los recursos económicos que generen se regularán por la ley, para atender prioritariamente a su conservación, preservación y promoción.

II. El Estado garantizará el registro, protección, restauración, recuperación, revitalización, enriquecimiento, promoción y difusión de su patrimonio cultural, de acuerdo con la ley.

III. La riqueza natural, arqueológica, paleontológica, histórica, documental, y la procedente del culto

religioso y del folklore, es patrimonio cultural del pueblo boliviano, de acuerdo con la ley.



Artículo 337.

I. El turismo es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable para lo que tomará en cuenta la riqueza de las culturas y el respeto al medio ambiente.

II. El Estado promoverá y protegerá el turismo comunitario con el objetivo de beneficiar a las comunidades urbanas y rurales, y las naciones y pueblos indígena originario campesinos donde se desarrolle esta actividad.

8.2. Ley Del Patrimonio Cultural Boliviano

La Ley N° 530, sobre el Patrimonio Cultural Boliviano, aprobada el 23 de mayo 2014, tiene por “objeto normar y definir políticas públicas que regulen la clasificación, registro, restitución, repatriación, protección, conservación, restauración, difusión, defensa, propiedad, custodia, gestión, proceso de declaratorias y salvaguardia del Patrimonio Cultural Boliviano” (Art. 1). En efecto, con relación al tema que estamos abordando en nuestra memoria laboral, algunos de sus artículos hacen las siguientes referencias:

ARTÍCULO 4. (DEFINICIONES). Para efectos de la presente Ley y su reglamento, entiéndase por:

38. Registro. Es la identificación, ubicación y descripción de las cualidades y especificidades de un bien cultural, orientada a la gestión del Patrimonio Cultural Boliviano.

ARTÍCULO 9. (PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL MUEBLE).

I. Son los productos materiales de la cultura, susceptibles de ser trasladados de un lugar a otro. Es decir, todos los bienes culturales materiales móviles que son expresión o testimonio de la cultura o de la evolución de la naturaleza y que poseen un valor histórico, ancestral, documental, arqueológico, paleontológico, científico, artístico, medicinal, terapéutico, religioso, espiritual, eclesiástico, ritual, etnográfico, cosmológico, folklórico, musical, dancístico, decorativo, comunitario, social, industrial, nutricional y tecnológico.



II. Comprende de manera enunciativa y no limitativa:

1. Pintura.
2. Escultura.
3. Cerámica.
4. Cristalería.
5. Textilería y tejidos en fibra de origen vegetal y animal.
6. Talabartería.
7. Armería.
8. Sigilografía.
9. Filatelia.
10. Fotografía.
11. Documentos en diferentes tipos de soporte.
12. Objetos domésticos.
13. Objetos de trabajo.
14. Objetos para rituales.
15. Numismático.
16. Objetos de madera.
17. Subacuático
18. Malacológico.
19. Lítico.
20. Metalistería.

8.3. Ley General De Turismo “Bolivia Te Espera”

La Ley General de Turismo “Bolivia te espera”, Ley N.º 292 de 25 de septiembre de 2012, con relación al tema que estamos abordando, sostiene lo siguiente:

Artículo 3. (Objetivos del turismo)

El turismo es una actividad económico estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable, respondiendo a los siguientes objetivos:



- a) Promover, desarrollar y fomentar el turismo interno, para fortalecer la identidad plurinacional y las riquezas inter e interculturales.
- b) Fomentar, desarrollar, incentivar y fortalecer el turismo receptivo y emisoro a partir de la gestión territorial y la difusión del “Destino Bolivia”, sus atractivos y sitios turísticos para la generación de ingresos económicos y empleo que contribuyan al crecimiento de la actividad turística y al Vivir Bien de las bolivianas y bolivianos, fortaleciendo el turismo de base comunitaria.
- c) Promover, desarrollar y fortalecer los emprendimientos turísticos de las comunidades rurales, urbanas, naciones y pueblos indígena originario campesinas para el aprovechamiento sustentable, responsable, diverso y plural de patrimonio natural y cultural.
- d) Establecer mecanismos de coordinación interinstitucional entre los niveles territoriales del Estado, para la captación y redistribución de ingresos provenientes de la actividad turística, destinados al desarrollo, fomento, promoción y difusión del turismo.
- e) Fortalecer la capacidad operativa, financiera y de planificación del Estado Plurinacional de Bolivia, sobre la base de la implementación y actualización constante de un sistema de información y estadísticas del sector turístico.
- f) Implementar mecanismos de regulación a la actividad turística.
- g) Proteger los lugares y símbolos sagrados, conservar los recursos naturales y respetar la identidad de los pueblos indígena originarios campesinos, comunidades interculturales y afro bolivianas.

Artículo 4º. - (Importancia y posicionamiento estratégico del turismo)

- I. La importancia estratégica del turismo radica en:
 - a) Revalorizar el patrimonio natural y cultural de los pueblos indígena originarios campesinos, comunidades interculturales y afro bolivianas.
 - b) Contribuir en el establecimiento de relaciones de carácter social, cultural y económico entre los visitantes y las poblaciones receptoras.



- c) Respetar y conservar el medio ambiente, de manera progresiva e interrelacionado con la diversidad cultural.
- d) Constituirse en una actividad económica integrante de la matriz productiva nacional, estratégica y exportadora de servicios turísticos.

II. El posicionamiento estratégico del turismo implica que:

- a) El Estado Plurinacional de Bolivia, en el marco de sus competencias de nivel central, compromete la provisión de recursos financieros destinados al desarrollo del sector turístico en sus diversos componentes, en procura de su posicionamiento como actividad estratégica, productiva y sustentable.
- b) El Estado Plurinacional de Bolivia en el marco de sus competencias de nivel central, promoverá el establecimiento de políticas crediticias orientadas al fortalecimiento integral del sector turístico.

9. REFERENTES METODOLÓGICOS

Para cumplir con los objetivos trazados en la elaboración de la memoria laboral, tomaremos como metodología cualitativa. Sumado, como técnica de recolección de información se tomará en cuenta a la observación participante y **entrevistas a informantes claves** que nos permitirán describir, registrar, analizar e interpretar la situación actual del sitio turístico con relación al Fotofest Bolivia. Pero, ¿qué significa cada una? Veamos:

9.1. Metodología Cualitativa

Así como el método de análisis inductivo y deductivo, la cuantitativa y cualitativa fueron métodos que se han empleado las ciencias sociales y marcaron corrientes. Empero, para nuestro propósito emplearemos la cualitativa y que para su comprensión tomaremos la definición elaborada por Hernández Sampieri, quien nos dice



La memoria laboral presenta un tipo de estudio descriptivo, porque a través de él se puede describir, registrar, analizar e interpretar la situación actual de la empresa. El estudio descriptivo señala en términos metodológicos, todas las características del problema que se estudia, estos permiten poner de manifiesto los conocimientos teóricos y metodológicos. Por lo tanto, es una investigación no experimental, puesto que estos estudios se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

A la postre, entendemos por cualitativo a la acción de estar adentro y afuera de nuestra población de análisis; para ello, fue muy importante la observación participante y participativa.

9.2. Entrevistas a informantes claves

Para la elaboración de las entrevistas nos orientamos a las personas que ya accedieron a alguna de nuestras salidas fotográficas, fueron doce preguntas preparadas para facilitar la recolección de datos.

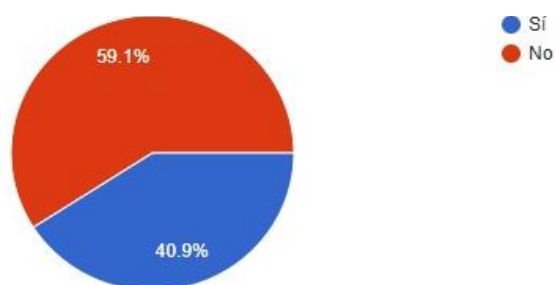
La respuesta a esta encuesta hecha en línea fue bastante buena tomando en cuenta que la última salida se hizo hace casi 6 años atrás 22 personas contestaron esta consulta, cuyos resultados están disponibles en, los **anexos** pasaremos pues a mostrar los resultados de las preguntas



- **Nacionalidad**

De veintidós entrevistados dieciocho manifestaron ser de nacionalidad boliviana lo que representa el 82% de los consultados , cuatro manifestaron ser extranjeros uno argentino , uno español , uno colombiano y uno peruano representando el 18 % de los consultados , en si mismo y viendo que el servicio que Fotofest Bolivia es de carácter educativo, principalmente y estaba dirigido en su primer término a entusiastas nacionales se tuvo una buena recepción

Ilustración 9: ANTES DE SU VISITA AL NEVADO CHACALTAYA, SABIA DE LA EXISTECIA DE LA CABAÑA DE ESQUI?

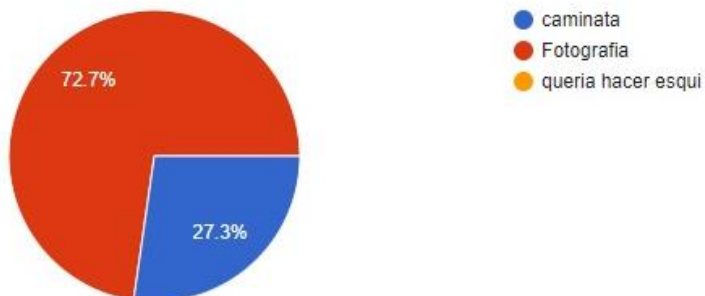


Fuente consulta propia

El 59% de los consultados que se traduce en 13 visitantes manifestaron no conocer de la existencia de la cabaña de chacaltaya previa a contratar nuestro servicio, datos que coinciden con la realidad expresada en datos provenientes de , el resto que representa 41% de los consultados unos 9 visitantes manifestaron saber de la existencia de la cabaña de chacaltaya.



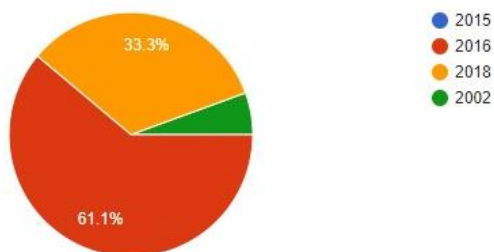
Ilustración 10: • *Porque elegiste hacer el viaje con fotofest?*



Fuente consulta propia

El 76% de los consultados manifestaron que el criterio de su elección de nuestro producto fue que nuestra propuesta estaba dirigida a la fotografía el 14 % de los consultados manifestaron que el criterio de elección fue el precio que resulto ser competitivo con relación al mercado , solo el 10% de los consultados manifestó que escogieron nuestro producto por otra razón.

Ilustración 11: • *¿Cuándo visitaste el nevado Chacaltaya?*

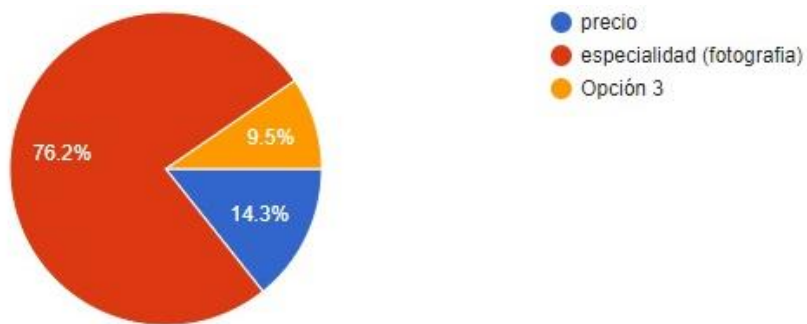


Fuente consulta propia



El periodo en el que mayor cantidad de visitantes hemos tenido es 2016 con el 61 % de visitantes.

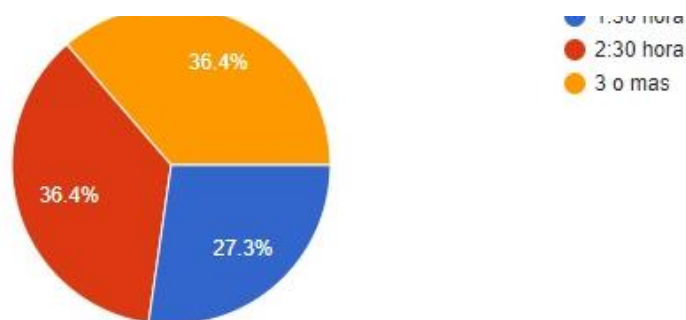
Ilustración 12: • ¿Qué motivo tu visita al nevado Chacaltaya?



Fuente consulta propia

Vimos que el 73% traducido en 16 de nuestros visitantes fueron impulsados a visitar el nevado chacaltaya por el interés de la fotografía y solo 27% visitaron chacaltaya por la caminata.

Ilustración 13: • ¿Cuánto tiempo estuviste en el nevado chacaltaya?



Fuente consulta propia



El tiempo de permanencia de nuestros visitantes se inclinan por una visita digamos larga mayor a 2 horas 16 visitantes que se traducirían en 72% manifestaron haber permanecido alrededor de 2:30.

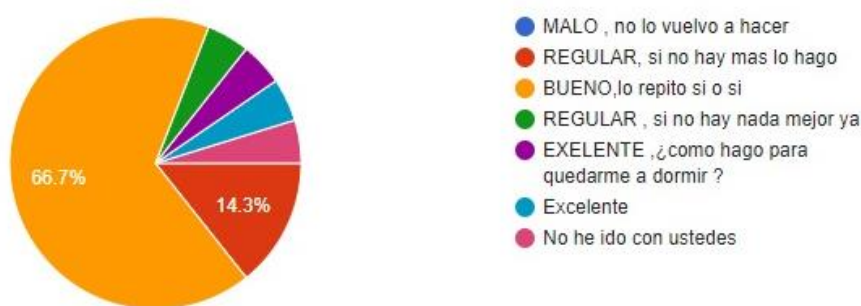
- **¿Qué es lo que mas recuerdas de tu visita al nevado chacaltaya?**

A pesar de haber pasado algún tiempo los entrevistados manifestaron recordar el paisaje , el frio y **LA GUIA DE VIAJE O CARTILLA DE VIAJE** (este ultimo nombre no oficial) esta ultima que fue un pequeño documento que se les entregaba a los visitantes antes de partir ,estaba compuesto de algunos consejos prácticos de viaje y fotografía además de servir como liberación de responsabilidad.

- **¿Qué crees que puede mejorar en futuras visitas ?**

Lo que se dijo que se podía mejorar pidieron aumentar algunos puntos en la GUIA DE VIAJE, incrementar los días de salida y mejorar los servicios de descanso y la coordinación con los servicios de descanso.

Ilustración 14: Valora tu experiencia ,en el nevado Chacaltaya



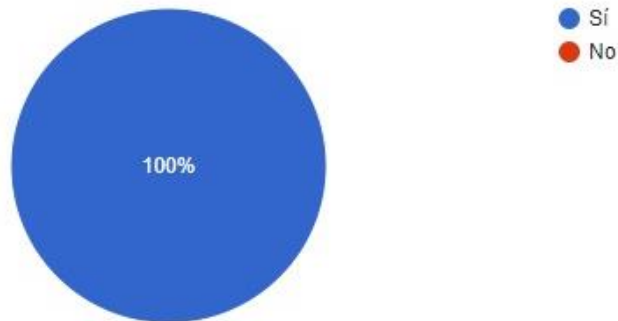
Fuente consulta propia

Nuestro producto resulto ser bueno las reseñas que nos dieron fueron altamente favorables el 10% 2 visitantes manifestaron que el producto es excelente ,67% 16 visitantes



manifestaron que el producto es bueno , a 15% 5 visitantes manifestaron que el producto es regular.

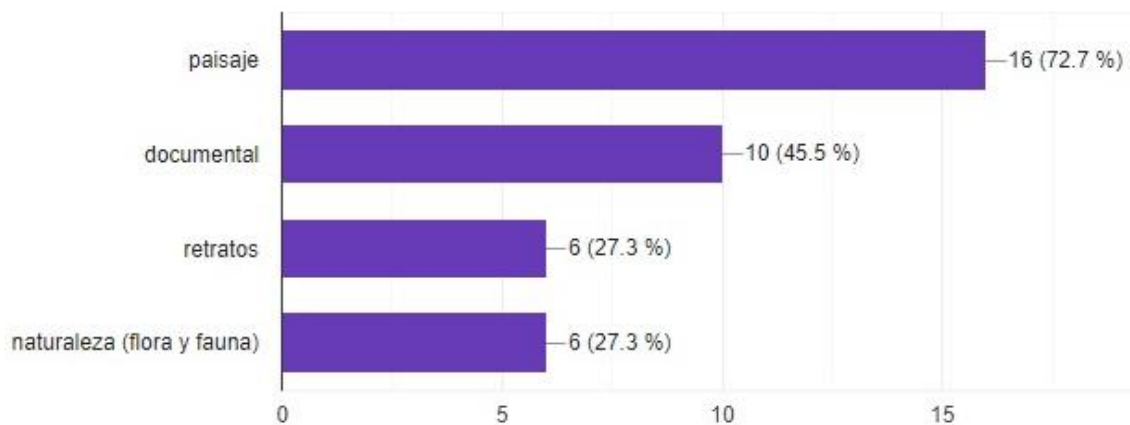
Ilustración 15: ¿estarías interesado en repetir una salida al nevado chacaltaya orientada a la fotografía?



Fuente consulta propia

La respuesta fue excelente el 100% de visitantes repetirían la salida solo para hacer una salida orientada directamente a la fotografía.

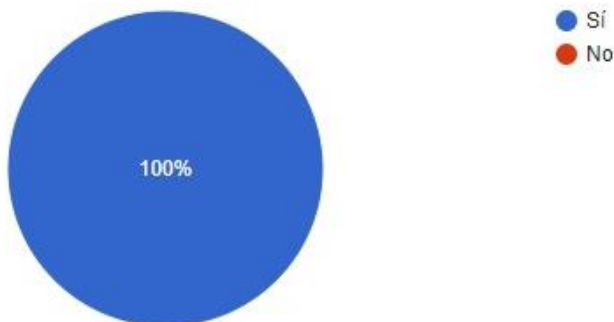
Ilustración 16: • ¿Que estilo fotográfico quisieras practicar?



Fuente consulta propia



Ilustración 17: Volverías a futuras salidas al nevado chacaltaya?



Fuente consulta propia

Finalmente con todo lo bueno y malo el 100% de los 22 visitantes volverían a hacer una salida al nevado chacaltaya.

9.3. Observación Participante

La observación a través de los sentidos es el método más antiguo usado por los investigadores para describir y comprender la naturaleza y el ser humano. La observación pretende describir, explicar, y comprender, descubrir patrones. Es un instrumento que viene dado en el ser humano, que utiliza la información que captan nuestros sentidos, y permite el aprendizaje.

La observación científica constituye el primer paso del método científico. Es una habilidad básica del investigador. Existe un fin, hay una planificación sistemática, un plan previo, se realiza el registro del fenómeno observado y se evalúa la observación para verificar su validez y fiabilidad. En investigación cualitativa lo observado es un fenómeno o hecho social y cultural.



La observación participante es una metodología que nos permite ver la realidad desde adentro, siendo parte del grupo, pero a la vez diferenciándose. Rosana Guber entiende a la observación participante como:

“...una situación en la cual el observador queda comprometido en el juego de todas las miradas y trata de dar cuenta de dicha experiencia, y más exactamente como dicha realidad observada es vivida por un determinado grupo, el cual le confiere un sentido propio y particular.” (2001: 61).

La Observación participante es según Taylor y Bogdán (1984) la investigación que involucra la interacción social entre el investigador y los informantes en el milieu (escenario social, ambiente o contexto) de los últimos, y durante la cual se recogen datos de modo sistemático y no intrusivo. Implica la selección del escenario social, el acceso a ese escenario, normalmente una organización o institución (por ejemplo, un hospital), la interacción con los porteros (responsables de las organizaciones que favorecen o permiten el acceso del investigador al escenario), y con los informantes, y la recolección de los datos.

En efecto, la observación en investigación cualitativa puede clasificarse de varias formas, ya sea por su estructura o por la acción del observador:

- *Observación estructurada*: El problema de investigación está muy acotado por lo que se definen con claridad qué fenómenos o conductas se van a observar y cómo se van a valorar, categorizar, medir o cuantificar.
- *Observación no estructurada*: Cuando el problema no está muy acotado y se desea realizar una observación exploratoria se utiliza la observación no estructurada. Busca la variabilidad de fenómenos y conductas que pueden ser de interés para el objeto de la investigación.
- *Por la presencia del investigador*: Será entonces oculta si los sujetos desconocen la existencia del observador y sus fines. Será abierta o visible si los participantes se saben observados.



- *Por el control:* Se hablará de observación controlada o artificial cuando los sujetos desarrollan sus conductas en el laboratorio. Y será natural cuando la observación se presenta en el entorno natural donde ocurren los fenómenos, en sociedad.

10. PROPUESTAS DE SOLUCIÓN

Considerando todos los factores analizados anteriormente, evidenciando el aún existente potencial del Chacaltaya como destino turístico, la relación de la fotografía con el turismo y el emergente interés en la fotografía profesional; se propuso como medio para aumentar la promoción del Chacaltaya como sitio turístico escoger 4 locaciones estratégicas donde, los fotógrafos en formación miembros del FotoFest y la población interesada, puedan acceder a vistas impactantes y únicas en los horarios donde la luz sea óptima para estas tomas. La obtención de estas imágenes tenía por finalidad ser difundida en las diferentes actividades del FotoFest Bolivia, despertando así la curiosidad de la población en general de participar de esta ruta o sencillamente visitar el Chacaltaya como destino individual y no “en combo” logrando así un mayor alcance y una promoción efectiva del Chacaltaya.

En este sentido se realizaron viajes de investigación para encontrar cuales serían las locaciones adecuadas y bajo qué condiciones podría organizarse una ruta fotográfica turística que logre, no solo captar las mejores vistas, sino un mejor aprovechamiento del lugar que supere una mera visita a la cima de la ex pista de esquí.

10.1.1. Locaciones Estratégicas

Una vez realizado el trabajo exploratorio y la identificación de potenciales lugares fotográficos con la finalidad de corroborar la elección de las locaciones, se realizó un viaje con fotógrafos que pudieron poner en práctica las distintas técnicas fotográficas y de esta manera se pudo llegar a definir las siguientes locaciones:



10.1.1.1. La primera locación

La primera locación elegida se encuentra a 400 metros antes de llegar a la estación de física de la Universidad Mayor de San Andrés y 150 metros más arriba está el cabaña de esquí de Chacaltaya. En este punto es donde el camino se hace más ancho en una curva, este capricho fotográfico proporciona un mirador natural ideal desde donde se pueden observar: lagunas de colores, el nevado de huayna Potosí y gran parte del valle de Milluni, hacia la espalda de este se eleva una cruz de piedra desde donde se puede apreciar la ciudad de La Paz en toda su extensión

En este punto se determinó que se podía realizar fotografía de paisaje que podría ser

Ilustración 18: Primera locación para fotografías en

utilizada como fotografía Publicitaria.



Fuente: Archivo personal Ahmed R Ríos



10.1.1.2. La segunda locación

La segunda locación escogida es la más conocida y explotada, comprende la cabaña del antiguo elevador de esquí y todo el parqueo hasta el cabaña de esquí Chacaltaya (incluido el interior de la cabaña) desde este punto se tiene una vista de 360 grados de visión hacia la ciudad de La Paz se podía realizar fotografía documental evidenciando el proceso de calentamiento global y derretimiento de la cordillera, la pista de esquí y proceso de desgaste de la infraestructura turística.

También se puede realizar Fotografía Publicitaria sin tomar en cuenta el estado en el cual están las construcciones aun se pueden usar como locaciones factibles para sesiones fotográficas y fotografía de paisajes desde este punto se puede observar toda la ciudad de La Paz y parte del altiplano boliviano, este paisaje es muy atractivo y buscado tanto por visitantes extranjeros como bolivianos.

Ilustración 19: Segunda locación para fotografías



Fuente: Archivo Ahmed Ríos

10.1.1.3. La tercera locación

La tercera locación escogida se determinó que sería la primera cima de Chacaltaya a 5400M.S.N.M 100 metros arriba de la cabaña cabaña de esquí. Desde este punto se puede se puede observar todo el proceso del agua desde los valles de yungas pasando por el altiplano, lago Titicaca además de verse la magnitud de la cantidad de contaminación que existe en la ciudad.



Del mismo modo se puede utilizar esta locación para sesiones al aire libre y fotografía de paisajes en este punto se tienen más o menos 280 ° de campo visual libre se puede ver toda la cordillera real, la ciudad de La Paz el altiplano el lago Titicaca como se ve en la **Foto 16**. Esta locación tiene un potencial de explotación para generar la producción de imágenes a un nivel comparable al que tiene el Salar de Uyuni, destino conocido por su gran producción fotográfica, no solo para las agencias sino para los visitantes. La disposición del lugar, el campo visual libre permite que el visitante explote su imaginación para generar contenido único e incomparable.

Ilustración 20: Tercera locación para fotografías en Chacaltaya



fuelle: Archivo Ahmed Ríos

10.1.1.4. La cuarta locación

La cuarta locación escogida se encuentra hacia el noreste a 500 metros aproximadamente la medida varía de acuerdo al camino que se tome en este punto se tienen 360° de visión



libre es ideal para fotografía documental en este punto se puede evidenciar el cambio climático y, los cambios que están produciéndose en la cordillera de Los Andes, y fotografía de paisajes al tener 360° de visión se puede acceder a prácticamente cualquier paisaje de la cordillera lo que nuevamente hace de esta ubicación un lugar comparable al Salar de Uyuni al presentar oportunidades de fotografías con fondos únicos e incomparables.



Fuente: archivo Pedro Laguna

10.1.2. Condiciones de las visitas

Una vez elegidas las locaciones fue necesario definir las condiciones y parámetros de las visitas para que el destino no sufra un deterioro mayor al que ha sufrido hasta el momento y siempre buscando la conservación del destino.



IVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CS. DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO – MEMORIA ACADEMICO LABORAL PETAENG

Con esta finalidad se diseñó una cartilla o guía de viaje que permita orientar a los turistas y fotógrafos, la cartilla posee datos técnicos fáciles de seguir además de consejos útiles para el mejor aprovechamiento de la visita .

Esta primera cartilla o guía de viaje fue realizada en 2015 y básicamente permaneció en uso hasta 2016.



Ilustración 21: Cartilla de viaje



GUIA DE VIAJE

CONSEJOS PRACTICOS

Bienvenido a la salida fotográfica al Nevado Chacaltaya

Para el mejor aprovechamiento de la salida fotográfica tenemos algunos consejos

EL VIAJERO

1. Se recomienda al viajero no consumir , bebidas alcohólicas, fumar tabaco o consumir cualquier estupefaciente, el consumo de estas puede afectar tu desempeño físico a 5400 M.S.N.M
2. Cada persona es responsable de su propio equipo cuidado y protección de este.
3. Siendo un recorrido largo se recomienda que el viajero lleve sus propias provisiones (agua , comida)
4. Al estar 5400 M.S.N.M las condiciones climáticas son muy duras ; zapatos de suela de goma , ropa de viaje sombrero de ala ancha o gorra , gafas de sol y abrigo son necesarios

LA TECNICA

Te recordamos que esta es una salida para aprender, si tienes dudas pide ayuda al equipo, pero de no estar cerca te damos algunos consejos útiles:

1. **Composición.**- Tengas el dispositivo que tengas coloca este en display y en líneas guía esto te ayudara a seguir las reglas mas sencillas 2/3, línea del horizonte y punto de fuga ; como extra si vas a tomar una images panorámica o un paisaje sostén el dispositivo de modo horizontal y si vas a tomar una imagen a una persona sostén el dispositivo de captura de modo vertical
2. **Iso.**- Mantén el iso en 400 entre las horas 13 a 17 pm y súbelo a 800/1200 entre 17-19 horas ; estos consejos no son reglas inquebrantables y dependen mucho del equipo con que cuentas
3. **Diafragma.**-La conoces como la efe, si tu dispositivo cuenta con esta opción, colócalo en F.8 hasta F.11 para captar la profundidad de campo
4. **Cámara Profesional.**- el frio puede relentizar los equipos profesionales, ten calma y no retires los objetivos (lentes)

CAMINO

La altura y el frio pueden hacer el camino difícil , no te separes del grupo, sigue la senda o camino mas limpio, seco y en caso de quedarte sin luz de día regresa lo mas rápido que puedas al transporte

Salud .- Se recomienda contar con buena salud para evitar situaciones de riesgo .

FOTOFEST BOLIVIA no se responsabiliza de la salud de personas en estado inconveniente, esto





Estas locaciones tienen un gran potencial para despertar un gran interés en la población al ser, algunas de estas locaciones en ciertos puntos, comparables a otros destinos muy visitados de Bolivia. Los turistas buscan lugares donde puedan obtener recuerdos memorables e inolvidables, en un 90% de los casos documentan sus visitas y buscan que la fotografía que tengan sea única y “envidiable”, pasa mucho con destinos como el Salar de Uyuni y el parque Madidi. En esta oportunidad la propuesta que ofreció el presente documento es promocionar Chacaltaya como un destino de generación de contenido visual, donde tanto fotógrafos como visitantes puedan obtener imágenes tan únicas como en otros destinos que ofrece Bolivia.

11.EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO LABORAL

11.1. FotoFest Turismo Y Chacaltaya

11.1.1. Fotofest Bolivia 2015

Durante el año 2015 Fotofest Bolivia organización sin fines de lucro con fines culturales dedicada a la enseñanza y promoción de la fotografía en nuestro municipio y en el país había organizado 3 festivales de fotografía en el municipio paceño este festival se extendía 1 mes entre diversas actividades como cursos exposiciones, concursos, salidas fotográficas y la reunión de los colectivos fotográficos que operaban en la ciudad.

Durante el 3er festival de fotografía es la primera vez que se dan viajes fotográficos como tal, el interés principal en realizar estos primeros viajes generar recursos para que Fotofest Bolivia pueda ser autosostenible, para ese entonces el principal financiador fue el municipio paceño por esta razón la accesibilidad a fondos es limitada. Con la finalidad de generar sus fondos propios decide realizar este primer viaje, se contemplan dos opciones: Chacaltaya o isla de la luna y sawiña a orillas del lago Titicaca.

Después de un estudio previo y de realizar visitas a ambos lugares se eligió para esa gestión la isla de la luna y sawiña, esta decisión fue apoyada gracias a que el profesor



invitado para este 3° festival, el fotógrafo mexicano Raúl Aguilar Sibaja, exterioriza su disposición a dar un taller en el lugar.

A pesar de esta elección se realizan dos salidas a Chacaltaya para ver su factibilidad futura como destino para futuros cursos.

Ilustración 22: foto de taller de fotografía documental



Fuente: <https://www.facebook.com/fotofestbolivia/photos>

11.1.2. Primeras salidas a Chacaltaya

Con la misión de ver la factibilidad de usar Chacaltaya para futuros viajes o en su efecto salidas fotográficas futuras se realizan dos visitas: la primera tenía el objeto de buscar las mejores locaciones para realizar fotografías y la segunda corroborar las locaciones tomando en cuenta las variaciones del tiempo.

El resultado del primer viaje fue que se encontraron 4 locaciones ideales para realizar fotografías, las cuales serían utilizadas en la siguiente versión del festival.

Finalizado el fotofest 2015 con un éxito rotundo se realiza una reunión de evaluación que en líneas generales resulta positiva, pero desvela un pequeño déficit, que si bien no es cuantioso desvela una realidad, SE NECESITA generar nuevos ingresos independientes al



financiamiento municipal otorgado para realizar el festival. Esto no con el fin de lucrar sino con el fin de hacer posible futuras ediciones del festival de fotografía Fotofest Bolivia haciéndolo sostenible en el mediano Plazo

11.1.3. FotoFest Bolivia 2016

En preparación del festival de fotografía se realiza el ciclo de charlas FOTOCAFEST destacando las intervenciones de fotógrafos tales como Pedro Laguna, fotoperiodista de La Razón, Andrea Martínez (conocida como La China) fotoperiodista y proyectista fotográfica, Katherine Loayza (conocida como Ajisai) fotógrafa independiente, Edwing Romay foto realizador documentalista de naturaleza, y Carlos B. Terrazas Fotógrafo especializado en turismo. Las charlas iban dirigidas al público en general destacando las participaciones de Pedro Laguna y Carlos B. Terrazas al ser estas reveladoras en el campo del turismo y del aprovechamiento de imágenes para este. Destacando algunas corrientes:

- a) La evolución de la fotografía digital y medios digitales ha cambiado la relación de fotografía y turismo *“en la mejor época de esta relación un fotógrafo podía vivir de hacer fotografías para postales, actualmente con los medios digitales como el e-mail esa posibilidad ya no es un negocio viable”*. (Carlos terrazas)
- b) Adaptarse a las redes sociales, las cuales son una herramienta indispensable, no significa que se esté haciendo uso efectivo de las mismas lo importante es generar contenido de calidad.
- c) Tener una cámara más grande no te hace mejor fotógrafo ni te hace avanzar en este ámbito, tener una adecuada técnica adecuada sí.

El ciclo de Fotocafest se extendió casi todo el 2016, entre otros logros se consiguió un acuerdo con la empresa FOTOTOURS que ayudo en gran medida en la logística de viajes, desarrollo de nuevas rutas y transporte de visitantes a los destinos escogidos. esto promueve nuevas estrategias para generar recursos y contenidos para el festival, en paralelo se retoman y reprograman visitas guiadas a Chacaltaya, enfocadas a la fotografía y desarrollo de contenidos en dos modalidades y para dos públicos diferentes:



- 1) Fase 1: Salidas fotográficas a Chacaltaya para nacionales, dirigido al público en general y aficionados a la fotografía que deseaban aprender más y contribuirían a generar contenidos de calidad, al ser en su mayoría el nuestro público nacional se trató de orientar las visitas, a métodos de creación de imágenes orientadas a Fotografía de Paisajes, como segundo aspecto se dio una orientación a un ejercicio de sensibilización del cambio climático y cuidado del medio ambiente y ciclo del agua.
- 2) Fase 2: Visitas de invitados extranjeros (expositores y profesores) la visión de visitantes extranjeros nos proporcionó perspectiva, esto con el fin de adecuar nuestros futuros contenidos al mercado extranjero ver el gusto y que ruta de exceso era mejor y si estaban dispuestos a continuar un tour hacia charquini o huayna Potosí,

Como parte del convenio realizado entre FotoFest Bolivia y FOTOTOURS se acordaron 7 salidas a Chacaltaya a realizarse entre abril y octubre de 2016 dando cumplimiento a la **fase 1**. Estas salidas estaban dirigidas a visitantes nacionales, la programación tenía proyectada 7 visitas a Chacaltaya y un viaje taller de fotografía en espacios libres para el cual se eligió como destino al salar de Uyuni (**Foto 18**); quedando en manos de FotoFest Bolivia la difusión, promoción de las salidas y la operación de las mismas, y el transporte de los visitantes de por FOTOTOURS que proporciono los medios de traslado y las mejores locaciones y rutas para llegar a ellas.

Esta primera fase inició en abril del año 2016 y se extendió hasta octubre del mismo año, llegando a consolidar 7 salidas con 12 Visitantes una vez al mes, lo cual para una organización sin fines de lucro es todo un éxito. La intención de estas primeras salidas fue demostrar la factibilidad de realizar viajes de turismo con el fin de obtener ingresos extra como actividad secundaria sin descuidar la actividad principal: El festival de fotografía.

El viaje taller a Uyuni se realizó en el marco del 4to Festival de fotografía Fotofest Bolivia, esto con la participación de fotógrafos nacionales e internacionales como: el profesor de fotografía Raúl Aguilar Sibaja y la fotógrafa argentina Julieta Llanos entre otros, esto



ayudo a reunir fondos para el festival y se logró obtener gran cantidad de imágenes de buena calidad, además de dar valor agregado a los cursos y talleres de esa edición.

Los resultados de esta fase 1 fueron favorables, teniendo buena acogía en 6 de las 7 salidas programadas acopiando buena cantidad de material y difundiendo este nuevo emprendimiento sentando bases para mayores y más frecuentes salidas futuras.

Ilustración 23: Boletín viaje taller en espacios libres salar de Uyuni 2016

TALLER-VIAJE: "PROYECTOS FOTOGRÁFICOS EN ESPACIOS LIBRES: SALAR DE UYUNI"

FOTOFEST

Mentor:
Raúl Aguilar Sibaja
Será una salida guiada por nuestro fotógrafo invitado de México, en la cual se pretende instruir sobre los conceptos y las técnicas de fotografía de paisaje y fotografía nocturna.

¿Cuándo?
La partida será el 9 de septiembre, a hrs. 22:00 y el retorno será el día 11 de septiembre, a hrs. 20:30.

¿Dónde?
Los lugares a visitar son: Salar De Uyuni, Laguna Colorada, Isla Pescado, Cementerio De Trenes, Ciudad de Oruro

¿Qué se necesitará para el viaje?
Carpas y bolsa de dormir.
Llevar protector solar, lentes oscuros con protección UV, ropa abrigada, sombrero, linterna y agua.
La alimentación corre por cuenta de cada uno (costo aproximado 120bs. para los dos días y medio).

Y, claro, no te olvides llevar tu cámara y trípode.

Inversión
Bs. 1050
Monto que cubre el trasporte por tierra: La Paz - Uyuni - Salar - Oruro - La Paz, con la empresa PHOTOURS
Puedes reservar tu lugar cancelando al menos el 50% y cubrir el resto el día del viaje. Los estudiantes cuentan con un 10% de descuento del total.
Depósitos a la cuenta bancaria No. 2530754017 Banco Bisa de red VISA (cuenta a nombre de Lhais Oliva Huanca Vargas con CI 4823860-LP)

¿Cómo inscribirse?
Descarga (<https://doc.co/eb6rhQ>), completa y envía el formulario de inscripción a nuestro correo fotofestbolivia@gmail.com con el rotulo de "Inscripción Taller-Viaje Uyuni", y además, adjunta una fotografía del comprobante bancario.

¡Cupos limitados!

Fuente: FotoFest Bolivia

La fase 2 empezó en febrero 2017 donde se realizaron 4 salidas diurnas y se realizaron las primeras 2 salidas nocturnas. En esta fase 2 la operación de todo el proceso desde la oferta hasta el transporte desde La Paz a Chacaltaya y Chacaltaya a La Paz fue dominio exclusivo de FotoFest Bolivia.

La oferta de las 4 primeras salidas fue dirigidas a los expositores e invitados al festival 2017, la visión de estos invitados extranjeros seria invaluable para darnos perspectiva, de cómo mejorar lo que estábamos tratando de introducir al mercado, y ver que podríamos mejorar dentro de nuestras posibilidades.



Los resultados de esta segunda fase fueron mixtos, de 4 visitas especiales diurnas programadas se realizaron 3. La última salida no pudo realizarse por el factor tiempo de las delegaciones. Tomando en cuenta que el objeto en esta segunda fase fue estudiar la calidad y el atractivo de nuestro producto, los resultados económicos no impactaron en el resultado del producto esperado. Uno de los grupos que accedió a la segunda fase fue Lokkus Arte Contemporáneo, un colectivo de Colombia cuyos miembros quedaron fascinados con la salida extendiéndola a cercanías de huayna Potosí.

A pesar del tiempo extra que tomo este desvío (realizado a pedido de los miembros de la excursión) esta primera salida de la Fase 2 demostró ser una experiencia bastante buena en términos de desempeño en tiempo y calidad.

En merito a la verdad los demás expositores se mostraron faltos de interés por realizar esta visita guiada asegurando que interferiría en el itinerario que poseían durante el festival de fotografía por esta razón la segunda y tercera salida fueron constituidas en grupos mixtos, grupo entre nacionales y extranjeros funcionando únicamente como focus groups.

Finalmente, las dos salidas nocturnas fueron realizadas; la primera fue realizada en solitario por parte del equipo FotoFest Bolivia, la intención era evaluar la dificultad y disponibilidad de permanecer en el cabaña de esquí de Chacaltaya sin un aviso previo y pasar la noche sea en las instalaciones o en inmediaciones del lugar.

Al llegar al lugar eran las 17:00 p.m. de la tarde y lo que encontramos fue decepcionante: la dificultad para encontrar alguien responsable, que permitiera el ingreso al equipo a la cabaña dificultó en gran medida las actividades previstas; a pesar de este inconveniente el equipo permaneció en inmediaciones del parqueo del cabaña de esquí dado que el objetivo era permanecer toda la noche en el lugar. Durante esta visita nocturna tropezamos con más de una dificultad: las condiciones climáticas en un inicio eran optimas, sin embargo, la temperatura descendió de manera abrupta y, alrededor de las 00:00 am (7horas después del arribo) los miembros del equipo empezaron a presentar síntomas de mal de altura: zumbido de oídos, dolor de cabeza y vómitos. A pesar de ser todos residentes de la ciudad de La Paz, todos presentaron síntomas de mal de altura lo cual obligo al equipo a



descender de la cabaña de esquí ignorando los riesgos y la falta de iluminación del camino. A pesar de estos inconvenientes se lograron obtener increíbles imágenes del altiplano, imágenes como atardeceres que son de una en un millón, recursos que no están siendo aprovechados.

La segunda salida se realizó en el marco del festival de fotografía FotoFest Bolivia en esta segunda salida contamos con la ayuda inestimable de Pedro Laguna, reconocido fotoperiodista del periódico La Razón, quien colaboro con él transporte y logística durante esta segunda visita nocturna. Dentro de los visitantes contamos con la presencia de Raúl Aguilar Sibaja Profesor mexicano y el Dr. Gustavo Benites también aficionado a la fotografía y colaborador de FotoFest Bolivia, con la participación de estos personajes de lujo fue posible demostrar que este era un punto ideal para realizar fotografía nocturna contrastando fuertemente la contaminación lumínica producida por la ciudad de La Paz con la montaña negra que absorbía naturalmente la luz.

Los resultados de 2016 son prometedores, la evaluación posterior a la finalización del festival FotoFest Bolivia, arrojo los siguientes resultados

- 1) La actividad fotocafest se extendería hasta fin de año 2016 y los recursos servirían como auto financiamiento, las charlas de orientación resultaron un éxito.
- 2) FotoFest Bolivia 2016 cierra de manera exitosa el festival, además de cerrar acuerdos para futuras ediciones con colectivos chilenos argentinos.
- 3) Se disuelve el convenio con FOTOTOURS, porque, si bien las salidas comprometidas y el viaje taller fueron exitosos, la manera de manejar el transporte y logística de dichas salidas les resta mucha independencia a contenidos de talleres y tiempo de viajes.

Algo con lo que también se tropezó fue la rigidez en el modo de operaciones de esta última empresa al ser un emprendimiento ajeno a FotoFest no se podía obtener todos los beneficios económicos, por otro lado, FOTOTOURS solo operaba en fines de semana lo cual limitó mucho el tiempo y disponibilidad de nuestras operaciones.



- 4) La obtención de imágenes es un éxito y se prepara un nuevo plan para lograr la sostenibilidad en el tiempo.

11.2. FotoFest 2017

Una de las últimas charlas de fotocafest 2016 es la de Radek Czajkowski fotógrafo polaco, quien en esta última charla habló de venta de imágenes a agencias de turismo y como vivir de la misma en macro y micro stock.

Basado en eso empezamos a realizar futuros planes para el festival y para lograr la sostenibilidad de este, los resultados de las dos anteriores ediciones hicieron que las posibilidades fueran prometedoras vender imágenes en internet, programar visitas turísticas, Fotocafest, el festival de fotografía Fotofest Bolivia se tenía la posibilidad real de ser auto sustentable.

Se realizan planes y se programan fechas para 12 salidas ese año a dos por mes se llega a hacer tratativas independientes para conseguir un bus de 24 Visitantes se haría una primera expo con las fotos salidas de esta salida, las primeras se fija un precio ideal de 100 bs por Visitantes. Como se explicó antes el público objetivo sería público en general fotógrafos amateur que quiera aprender más de fotografía, practicar y enriquecer en calidad y cantidad de las imágenes, pero el año 2017 es particularmente malo en términos generales el gobierno autónomo de la ciudad de La Paz y la secretaria de cultura, nuestro principal financiador nos notificó que el financiamiento para el festival se reduciría en un 30 % este año 2017, muchos de los espacios municipales usados por nuestra institución entrarían en mantenimiento esto nos obligaría a reubicar algunas de nuestras actividades.

Y como última instancia se nos pidió parar las salidas a Chacaltaya, la razón que se nos expuso fue “una auditoria del festival” se nos expresó que tenían serios indicios de mala utilización de fondos, lo cual por supuesto es ilegal la proximidad de las elecciones de ese periodo al municipio y la necesidad de sanear cuentas hacen que se revisen todos los informes presentados desde 2014 – 2017, con suficiente tiempo y trabajo logramos comprobar que el origen de los fondos para :viajes talleres y visitas a Chacaltaya y otros



destinos eran completamente licitos, siendo estos de origen propio y además de demostrar que se estaban reinvertiendo en el festival de fotografía Fotofest Bolivia y en su futura sostenibilidad futura, penosamente el tiempo que se necesitó para esta auditoria expresó provocó que se cambiaran los planes para el festival 2017, la temática que sería en un comienzo “ naturaleza y vida de los nevados ” se transformó en “ encuentro de fotografía de bodas”

Bajo la orden del gobierno municipal de La Paz, tuvimos que detener las operaciones en Chacaltaya, esto fue desmoralizante para todo el equipo Fotofest Bolivia, Chacaltaya y las salidas turísticas en general habrían hecho del festival auto sustentable en el mediano plazo, parecía el fin del de este emprendimiento. Pero al ser la población de fotógrafos y entusiastas por la fotografía en la ciudad todavía pequeña ocurrió algo con lo que no habíamos contado, la gran mayoría de individuos de esta población nos llegamos a conocer mutuamente, llegamos a casi las mismas conclusiones

mientras mayor sea al movimiento operativo hacia Chacaltaya mayor será la cantidad de imágenes disponibles para promoción, al ir en crecimiento la población de fotógrafos y entusiastas de la fotografía las salidas a Chacaltaya son un buen negocio



12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

12.1. Conclusiones

Después de la finalización del festival de fotografía FotoFest Bolivia 2017, estas fueron nuestras conclusiones :

El nevado Chacaltaya como sitio turístico fue rentable , las operaciones que ahí se realizaron generaron un flujo económico aceptable , con un flujo constante de visitantes especializados en la fotografía , el futuro de estas operaciones depende en gran medida de cómo evolucione el mercado y las condiciones de este , algunos problemas que persistieron después de nuestra intervención

- El duopolio empresarial existente fue un perjuicio para el aprovechamiento del lugar, limitando de manera muy fuerte la cantidad y calidad de personal especializado en turismo , esto encareció nuestros costos en desmedro de nuestras utilidades
- El estatus jurisdiccional gris del nevado Chacaltaya fue una preocupación constante , es este punto no se puede avanzar mucho sin sindicalizarse , y al ser una Organización sin fines de lucro y de carácter educativo cultural este paso es muy difícil de abordar

Talvez la conclusión más dura a la que llegamos es que ,Fotofest Bolivia como organización no logro a pesar de sus esfuerzos, prosperar en operaciones turísticas , cabe destacar NO por deseos o incapacidad propia , sino por factores externos a la organización en este fin, como ya dijimos la población de fotógrafos y de entusiastas de fotografía ha aumentado e iba en crecimiento, es un segmento de mercado que estuvo por mucho tiempo habido de productos que eran inexistentes en el mercado , El nevado Chacaltaya ofrece un producto rentable y sostenible en el tiempo tanto así que una



curiosidad presentada posterior a la cancelación del Proyecto de viajes FotoFest Bolivia , otras entidades retomaron el proyecto y algunos colaboradores que ya habiendo trabajado con Fotofest Bolivia o participado en las visitas lograron sacar adelante sus propios emprendimientos, destacando Fototours ,los colectivos FOTOGRAFOS CON ALTURA y LA PAZ EN FOTOGRAFIA cuya colaboración engendró el más longevo de todos los emprendimientos: FOTO ESPACIO organización que promueve el arte y la profesionalización de la fotografía ,que lleva operando en Chacaltaya y otros destinos desde 2017 y siendo su última salida el en enero de 2022 (ver anexos)

12.2. Recomendaciones

Se recomienda replantear una nueva la estrategia exclusiva para el manejo de Chacaltaya ya no como destino sino como sitio turístico en sí mismo

Se recomienda difundir el uso de locaciones específicas para la realización de fotografías , exploradas por FotoFest Bolivia durante los años 2015 -2017 esto no solo para el acceso de fotógrafos de carácter profesional o amateur sino para todo aquel turista o visitante nacional o extranjero que desee tener una experiencia extra a su visita

Se recomienda que ya habiendo trabajado con Fotofest Bolivia o participado en las visitas lógranos sacar adelante sus propios emprendimientos, ya antes nombrados en este trabajo como FOTO ESPACIO ,que lleva operando en Chacaltaya desde 2017 hasta el presente sería ideal dar facilidades de operación legal para estos emprendimientos .

Como parte de la estrategia de Fotofest Bolivia vender por medios alternativos al tradicional (micro y macro stock) las mejores imágenes de calidad obtenidas en el nevado Chacaltaya y sus distintas locaciones puede generar beneficios económicos aceptables fortaleciendo la organización Fotofest Bolivia haciéndola auto sostenible en el futuro y coadyuvando a la educación de fotógrafos emergentes .



6% 20Destinos% 20Tur% C3% ADsticos% 3A% 20Definici% C3% B3n% 2C% 20funcio
nes% 2C% 20agentes% 2C% 20componentes% 20y% 20estructura

- RECURSOS TURÍSTICOS: INVENTARIO, CLASIFICACIÓN, JERARQUIZACIÓN, EVALUACIÓN.
[/http://www.rojasdelgado.com/flexible/descargas/3%20RECURSOS%20TURISTICOS,%20%20INVENTARIO.pdf](http://www.rojasdelgado.com/flexible/descargas/3%20RECURSOS%20TURISTICOS,%20%20INVENTARIO.pdf)
- 5 SENCILLAS REGLAS DE LA COMPOSICIÓN FOTOGRÁFICA
https://www.nikon.es/es_ES/learn-and-explore/photography-articles.tag/learn_and_explore/photography_articles/5-easy-composition-guidelines.dcr
- Glaciar Chacaltaya de Bolivia: otra triste historia del cambio climático
<https://www.lugaresdenieve.com/?q=es/reportaje/glaciar-Chacaltaya-bolivia-desaparecido-consecuencia-cambio-climatico>
- CHACALTAYA & VALLE DE LA LUNA
<https://www.buhostours.com/es/activity/96838/Chacaltaya-valle-de-la-luna>
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Nevado#:~:text=Son%20los%20actuales%20residuos%20de,parte%20del%20hielo%20se%20derriti%C3%B3.>
- Chacaltaya, el centro de esquí más alto del mundo, Redacción BBC
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-38347734>



14. ANEXOS FOTOGRÁFICO

Foto 1: Inadecuada calidad “lindo recuerdo”



Fuente: Archivo personal Ahmed R. Ríos Abad

Foto 2: Imagen de calidad óptima bien compuesta para uso turístico





Fuente: Foto Espacio

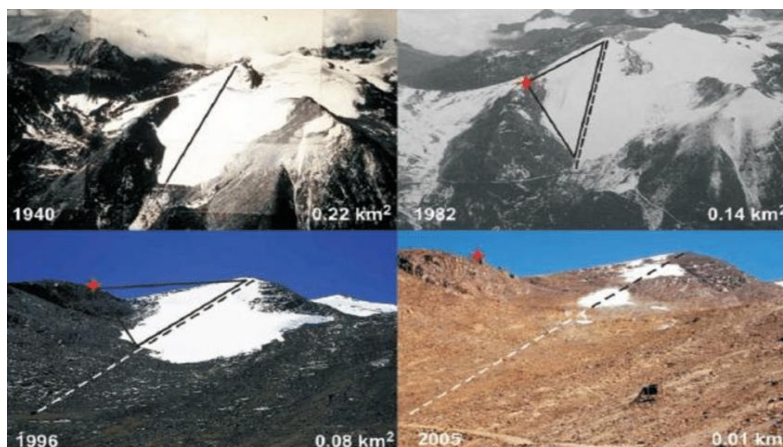
<https://www.facebook.com/fotoespaciobo/photos/705770026713904>

Foto 5: Afiche promocional 1943



Fuente: <http://webuyoldposters.com/comite-nacional-de-deportes-club-andino-boliuiano-concurso-sudamericano-de-esqui-Chacaltaya-la-paz-boliuia-abril-1943/>

Foto 6: primeras mediciones de el derretimiento de la pista de esqui



Fuente: <https://www.facebook.com/dianatoursbolivia/photos/el-nevado-de-Chacaltaya-y-el-valle-de-la-luna-en-una-sola-excursion-prepara-tu-c/668123799992412/>



IVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CS. DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO – MEMORIA ACADEMICO LABORAL PETAENG

Foto7

Discover Bolivia

Diana Tours
AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO

CHACALTAYA
+
VALLE DE LA LUNA

DAILY EXCURSIONS

- Chacaltaya, located approximately 37 km from the city of La Paz, is the highest sky resort in the world, though it is only functional during certain periods of the year, it is also a great place to admire the Andean cordillera and its majestic mountain formations! Great place for great pictures if skying is not your sport!!
- Defying the imagination of the visitor, the Moon Valley generates the sensation of being in a small area of the moon.

www.diana-tours.com

f in

Instagram: #chacaltaya, #valledelaluna

Fuente: <https://www.facebook.com/dianatourbolivia/photos/el-nevado-de-Chacaltaya-y-el-valle-de-la-luna-en-una-sola-excursion-prepara-tu-c/66812379992412/>

Foto 8: Cabaña del elevador del Cabaña de esquí 2001



Fuente: Archivo personal Ahmed R. Ríos Abad



IVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CS. DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO – MEMORIA ACADEMICO LABORAL PETAENG

Foto 9: cabaña de elevador de cabaña de esquí de Chacaltaya 2015



Fuente: Archivo personal Ahmed R Ríos Abad



IVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
 FACULTAD DE HUMANIDADES Y CS. DE LA EDUCACIÓN
 CARRERA DE TURISMO – MEMORIA ACADEMICO LABORAL PETAENG

Anexo Actividades Fotofest Bolivia



11º FOTOCAFÉST



Cúpula de Adobe
 17/08 19:00

expositora: AJISAI KATHERINE LOAYZA



Fuente: Archivo personal Ahmed R Ríos Abad