

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



**FORTALECIMIENTO DE LA RUTA “EL DESAFÍO DE LOS YUNGAS”
EN EL MUNICIPIO DE COROICO**

**MIGUEL ANGEL BELTRAN CRUZ
GABRIELA BAUTISTA CHIPANA**

**PROYECTO DE GRADO PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIATURA EN TURISMO**

TUTOR: MSC.LIC. DANTE CAERO MIRANDA

LA PAZ – BOLIVIA

2016

CAPITULO I – ASPECTOS GENERALES

RESUMEN EJECUTIVO

Distinguiendo el “Desarrollo de Turismo Comunitario y microempresa Rural”, se establece que una de las regiones con mayor potencial e importancia turística corresponde a la región de los Yungas del departamento de la Paz, ya que presenta una gran diversidad de atractivos turísticos, patrimonio cultural y natural que hacen de esta región una de las más visitadas por turistas nacionales y extranjeros.

Por sus características paisajísticas, buen clima y contacto con la naturaleza, la región de Nor Yungas se ha posicionado en el mercado nacional e internacional como naturaleza donde poco a poco inversionistas privados han iniciado nuevas alternativas de recreación donde el paisaje es el principal elemento; es así que el Mountain Biking, Canonyng, Rapel, Jumping, ala Delta, Parapente, Rafting, Kayaking, etc. con un toque de adrenalina se hacen presentes en esta región identificándola como un destino de deportes extremos o alto riesgo que aprovechando la naturaleza se realizan por diferentes operadoras de turismo que venden sus servicios generalmente al mercado internacional.

Lo que falta en este aspecto es que estas actividades reflejen el destino Yungas como un destino de naturaleza y deportes extremos aprovechando el paisaje como principal elemento de satisfacer necesidades humanas que cada vez se vuelven más complejas.

Entidad Promotora:

GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE COROICO

Modalidad de Ejecución:

Administración directa

Responsable:

Gobierno Autónomo Municipal de Coroico – Unidad de Turismo

Duración:

18 meses de ejecución – Gestiones 2016 – 2017

OBJETIVO

Con el objetivo de dinamizar la economía de las familias dedicadas al sector, brindándoles mejores condiciones de trabajo e ingresos, con una premisa de desarrollo comunitario y social donde se enfoque el esfuerzo conjunto de los actores involucrados en el desarrollo económico de la región.

BENEFICIARIOS DIRECTOS:

El proyecto en su parte de infraestructura turística albergara a un flujo de aproximadamente 792 turistas durante el primer año de ejecución del proyecto.

En lo económico el proyecto mejorará la generación de recursos económicos de los beneficiarios directos e indirectos, a nivel de la sociedad en su conjunto.

Presupuesto del Proyecto:

Presupuesto total: Bs. 2.481.499,66 Bs

Evaluación Privada del Proyecto:

El Valor Actual Neto Privado del proyecto (VAN), es de Bs. 50.733y la Tasa Interna de Retorno Privada (TIR) es 13%, por encima de la tasa de descuento, por lo que se puede concluir que el proyecto es altamente rentable desde el punto de vista privado.

Evaluación Socioeconómica del Proyecto:

El proyecto es altamente rentable para la sociedad en su conjunto; la Tasa Interna de Retorno Socioeconómica es de 23%, superior a la tasa social de descuento 12,67% y el Valor Actual Neto Socioeconómico VANS, calculado a la tasa social de descuento es de Bs. 1.653.875

Así mismo se cuenta con un programa de desarrollo de capacidades turísticas para los prestadores y operadores turísticos que desarrollan sus actividades en la región Nor Yungas del Departamento de la Paz. Miembros de los Municipios de Coroico y Coripata, tour operadores y guías de turismo con competencias básicas para iniciar el evento El Desafío de los Yungas. Además que se tiene una estrategia de posicionamiento definida y aplicada los tres primeros años de ejecución del proyecto.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad muy importante para el País, por lo tanto es primordial su crecimiento, hace siete años atrás el número de turistas que ingresaba a Bolivia fue de 450.000 turistas extranjeros a 1 millón de turistas actualmente¹ y con el flujo de turistas aumentando existe la necesidad de incorporar mejoras en los atractivos y una ampliación de los mismos.

En este sentido, el turismo es una alternativa para la generación de empleos e ingresos, que lleva a un crecimiento económico, ya que en otros países los atractivos turísticos bien aprovechados han desarrollado el turismo como una de las principales actividades económicas de exportación. El Municipio de Coroico cuenta con un gran potencial en los recursos naturales físico geográfico que poseen, que pueden ser explotados eficientemente, pero por falta de una adecuada promoción y un eficiente diseño de circuitos turísticos se ha impedido un mayor crecimiento en este sector.

Es por tanto que hemos realizado un estudio de la zona, analizando sus fortalezas debilidades, oportunidades y amenazas, logrando así identificar el problema principal de la región y llegando a proponer un proyecto de la creación de un centro de capacitación en turismo que podrá especializar a los pobladores sobre turismo y los beneficios que este trae, con diferentes directrices que están siendo desarrolladas en este proyecto.

El proyecto propuesto se desarrolla en seis capítulos que son:

¹ Periódico EL DIARIO

DETALLE	DESCRIPCIÓN
Nombre del Proyecto:	FORTALECIMIENTO DE LA RUTA 'EL DESAFÍO DE LOS YUNGAS' EN EL MUNICIPIO DE COROICO.
CAPITULO I	ASPECTOS GENERALES en este capítulo se desarrolla los antecedentes, justificación, problematización, objetivos y la metodología.
CAPITULO II	MARCO CONCEPTUAL en este capítulo se desarrolla el marco conceptual.
CAPITULO III	MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL en este capítulo se desarrolla el marco legal e institucional, que está relacionada con el proyecto.
CAPITULO IV	DIAGNOSTICO DE SITUACION ACTUAL en este capítulo se desarrolla las características generales de áreas de intervención, los aspectos demográficos, ambientales, culturales, socioeconómicos, organizativos y la situación del turismo en la región. Así mismo se consultó el PDM de Coroico y otros libros relacionados con el tema.
CAPITULO V	ESTUDIO DE MERCADO que se realizó en el municipio para su desarrollo del proyecto, En este capítulo se detalla el estudio de campo a través de las encuestas realizadas a los prestadores de servicios, dando como resultado la creación del centro de capacitación en el municipio de Coroico.
CAPITULO VI	PROPUESTA El Desafío los Yungas está dividido en: <ul style="list-style-type: none"> • Programas de capacitación dirigida a nacionales y extranjeros que disfruten de la práctica de deportes extremos. • Realización del evento DESAFIO LOS YUNGAS con la inscripción de equipos compuestos por 6 personas que participen en biking, trekking, cross

country, zip line, rafting y canoning; el evento dirigido el primer año al mercado nacional y a partir del segundo como evento internacional.

- **Área VIP para espectadores** que asistan a los eventos nacionales e internacionales con capacidad para 100 personas

RESULTADOS:

COMPONENTE: INFRAESTRUCTURA

- Se construirá un centro de capacitación para turistas y deportistas nacionales e internacionales que busquen competir en la ruta el Desafío de los Yungas.

COMPONENTE: DESARROLLO DE CAPACIDADES

- Se cuenta con un programa de desarrollo de capacidades turísticas para los prestadores y operadores turísticos que desarrollan sus actividades en la región Nor Yungas del Departamento de la Paz.
- Miembros de los Municipios de Coroico y Coripata, tour operadores y guías de turismo con competencias básicas para iniciar el evento el Desafío de los Yungas.

COMPONENTE: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

- Estrategia de posicionamiento definida y aplicada los tres primeros años de ejecución del proyecto.
- Seis acuerdos comerciales establecidos y consolidados

al tercer año del proyecto.

2. ANTECEDENTES

La actividad turística ha adquirido un significativo papel dentro del desarrollo de las naciones, por sus vínculos económicos y sociológicos y como actividad que debe hacer sustentable para los entornos que se presenta.

En enero del 2004 el municipio de Coroico ha sido declarado “primer municipio turístico de Bolivia” por el Viceministerio de Turismo en el marco de la Ley 2074 de promoción y desarrollo de la actividad turística en Bolivia. Dicho nombramiento obedece a la variedad de atractivos y a la calidad de servicios con los que cuenta para la atención a los visitantes.

De acuerdo a las atribuciones legales, contempladas en la Ley General de Turismo y en el artículo 337 de la Constitución Política del Estado, se establece que el turismo es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable.²

Según los lineamientos planteados del Gobierno Autónomo Municipal de Coroico conforme lo establece la Ley N° 292 - Ley General de Turismo “Bolivia te espera” y el art. 95 de la Ley N° 031 – Ley Marco de Autonomías y Descentralización “Andrés Ibáñez”,³ que determina como una de las competencias de los Gobiernos Municipales, el promover proyectos para emprendimientos turísticos comunitarios en sus jurisdicciones.

² Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, 2009. 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.

³ Ley marco de autonomías y descentralización “Andrés Ibáñez” Ley N° 031 Ley de 19 de julio de 2010

Siguiendo este contexto de acuerdo a lo establecido en el documento del Plan departamental de Turismo La Paz 2014 – 2020, dentro de su programa “Desarrollo de Turismo Comunitario y microempresa Rural”, se establece que una de las regiones con mayor potencial e importancia turística corresponde a la región de los Yungas de la Paz, ya que presenta una gran diversidad de atractivos turísticos, patrimonio cultural y natural que hacen de esta región una de las más visitadas por turistas nacionales y extranjeros.

En este contexto, con el objeto de aprovechar el potencial turístico existente en la región de los Yungas de la Paz, se plantea el desarrollo de este proyecto para el **Fortalecimiento de la ruta “El desafío de los Yungas” en el Municipio de Coroico**, y de esta manera dinamizar la economía de las familias dedicadas al sector, brindándoles mejores condiciones de trabajo e ingresos, con una premisa de desarrollo comunitario y social donde se enfoque el esfuerzo conjunto de los actores involucrados en el desarrollo económico de la región.

3. JUSTIFICACIÓN

El proyecto se realiza con la finalidad de crear estrategias de promoción, gestión y mejoramiento de las actividades, atractivos turísticos que posee el Municipio de Coroico y así poder buscar nuevas alternativas para poner en valor, donde se han descuidado una serie de componentes.

De acuerdo al trabajo de campo mediante encuestas realizadas a prestadores de servicios turísticos se identificó los siguientes puntos los cuales justifican el presente proyecto:

- La difusión de los atractivos no es la adecuada
- Deficiente uso de infraestructura del municipio
- Poca participación de la población en su desarrollo
- Poco interés de autoridades por mejorar el destino

En el presente proyecto se pretende mejorar el turismo respecto al deficiente diseño de circuitos turísticos eficientes, poca promoción adecuada para todos los potenciales atractivos turísticos, escaso mejoramiento en la infraestructura y servicios básicos. Por lo tanto el proyecto intenta proponer una serie de alternativas para revertir los efectos negativos de un deficiente uso de recursos turísticos y la poca promoción turística e inducir en la implementación de una nueva estrategia municipal de inversión pública e incentivo en la inversión privada que influyen en la economía de la población.

Debido a la contextura física que posee el Municipio de Coroico, es necesario aprovechar los beneficios que este tiene. Los atractivos turísticos que posee el Municipio tienen gran potencial y por eso mismo es necesario implementar nuevas estrategias de promoción, difusión y gestión.

Todo esto con la finalidad de poner en valor a la región yungas y así generar beneficios para todos, incrementando la demanda turística ya sea de turistas nacionales como extranjeros, aprovechando todos los recursos naturales que posee, entre los cuales se encuentran la población de Coroico, sus atractivos naturales que son iconos referentes del Municipio.

Con la implementación de un mejoramiento de gestión, promoción e infraestructura se esperaría generar mayores beneficios para el turismo, así poder generar mayores empleos y beneficios para los pobladores y en especial para los residentes de las poblaciones del Municipio de Coroico.

Todos estos motivos justifican la necesidad de contar con una estructura adecuada, equipamiento conveniente y servicios de calidad destinados a segmentos del mercado dispuestos a pagar por realizar estos deportes extremos en el municipio de Coroico. Por lo tanto, es necesario considerar esencialmente como estrategia el aprovechamiento los atractivos turísticos potenciales con los que cuenta el municipio valorizando los mismos en el evento El Desafío de los Yungas.

4. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA

4.1. Identificación del Problema

El desarrollo turístico como región es muy reducido concentrándose en Coroico la mayor actividad turística, por su lado el flujo turístico está acorde a las condiciones y capacidad que ofrece la región, sin embargo con el proyecto se pretende resolver:

“Productos turísticos de la región diversificados pero aislados”

4.1.1. Análisis de Involucrados

En la región del proyecto se han identificado a los actores relacionados directos e indirectamente con la actividad turística que pueden coadyuvar a una comprensión más profunda de la problemática actual y los cursos de acción más convenientes.

Cuadro N° 1 Análisis de Involucrados

Grupo de interés	Importancia para el proyecto	Rol en el proyecto	Que puede hacer el proyecto por ellos	Que pueden hacer ellos por el proyecto
Gobiernos Autónomos Municipales de Coroico y Coripata	Actores principales pues el proyecto se implementará dentro de sus límites territoriales y asumirá la administración	Proveer las instalaciones para el mejoramiento de la construcción de las plataformas del proyecto. Promover la participación de	Diversificar la economía de los Municipios. Posicionar la imagen del Municipio.	Asumir el liderazgo del proyecto. Incentivar la participación de la población local. Apoyar técnica y financieramente

Grupo de interés	Importancia para el proyecto	Rol en el proyecto	Que puede hacer el proyecto por ellos	Que pueden hacer ellos por el proyecto
	y ejecución del proyecto	actores locales en el diseño del proyecto. Participar técnica y financieramente en la ejecución del proyecto. Asumir el funcionamiento del proyecto en coordinación con los beneficiarios comunidades beneficiarias. Coadyuvar en la evaluación ex post del proyecto.		la implementación del proyecto y su posterior puesta en marcha.
Comunidades de los Municipios de Coroico y Coripata	Actores beneficiados con la implementación del proyecto y quienes son capacitados y	Participar en el diseño e implementación del proyecto. Asumirá el funcionamiento del proyecto en	Ofrecer nuevas fuentes de empleo. Diversificar su economía. Generación de ingresos	Obtener las competencias adecuadas para el desarrollo del trabajo Asumir una

Grupo de interés	Importancia para el proyecto	Rol en el proyecto	Que puede hacer el proyecto por ellos	Que pueden hacer ellos por el proyecto
	contratados por los Municipios para la operación del proyecto.	coordinación con los Gobiernos Municipales. Coadyuvar en la evaluación ex post del proyecto.	mensuales y estables. Capacitar a los involucrados.	actitud proactiva para desarrollar el proyecto. Organizar y asumir la responsabilidad en el funcionamiento del proyecto.
Gobierno Autónomo Municipal de Coroico	Actor principal porque es la institución promotora del proyecto.	Proveer la capacidad técnica para el diseño del proyecto. Financiar la implementación del proyecto y el seguimiento. Facilitar la evaluación ex post del proyecto.	Mejorar su reconocimiento y apoyo a la gestión del Departamento.	Facilitar el apoyo técnico y financiero para la implementación y funcionamiento del proyecto. Establecer alianzas con los otros actores locales.
Operadoras y Guías de Turismo	Actores participantes porque serán los encargados	Proveer de su capacidad técnica para la realización del	Integrar a los operadores y guías de turismo que	Posicionar a la región en la práctica de turismo de

Grupo de interés	Importancia para el proyecto	Rol en el proyecto	Que puede hacer el proyecto por ellos	Que pueden hacer ellos por el proyecto
	de la realización del evento nacional e internacional	evento “El Desafío de los Yungas” Participar en el diseño del proyecto, orientando los aspectos estructurales y lugares de ubicación de las plataformas	trabajen en forma coordinada	actividades extremas

Fuente: Elaboración propia

4.1.2. Análisis y planteamiento del problema

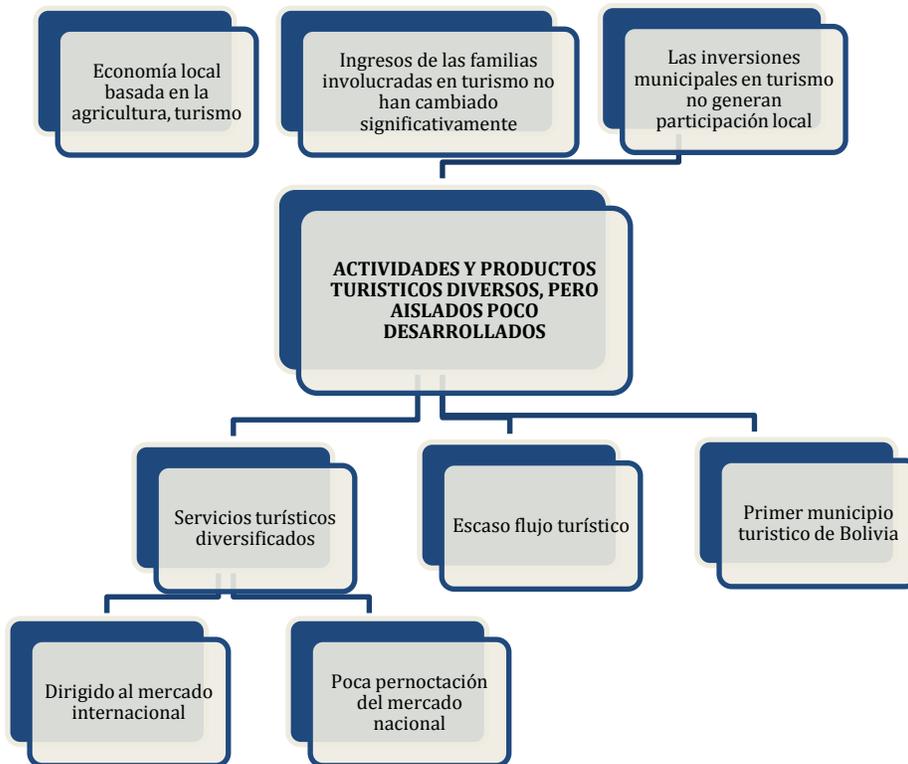
Como resultado del trabajo de campo y a través de los instrumentos de observación participante la entrevista realizada a los diferentes prestadores de servicio turístico como agencias de viaje, centros de información turística, centros de hospedaje, se establece lo siguiente:

- Los prestadores de servicio turístico no tienen segmentos definidos, ya que las mismas autoridades no tienen información de la cantidad exacta de turistas que visitan el Municipio.
- Los accesos a los destinos turísticos no son buenos y no cuentan con una buena señalización turística.
- Prestadores de servicios turísticos no brindan un buen servicio ya que en su mayoría no son legalmente constituidas.

Considerando el análisis de potencialidades, limitaciones y problemática realizada en el diagnóstico donde se identifica que el desarrollo turístico de la región es reducido y el flujo turístico aceptable debido a diferentes factores y problemas identificados, con el proyecto se plantea resolver la problemática de:

“Productos turísticos de la región diversificados pero aislados”

Gráfico N°1 Árbol de problemas



Fuente: Elaboración propia en base a estudio de mercado del presente proyecto (Febrero de 2015)

Con lo expuesto en párrafos anteriores, la oferta turística de la región es reducida en número de empresas que brindan este tipo de servicios y alternativas, los productos y servicios son pocos y concentrados principalmente en biking, trekking, zip line, no permitiendo desarrollar mayor cantidad de actividades que generen flujos y estadía importante por la realización de estos; además de ser dirigidos a segmentos

internacionales dejando de lado que los nacionales puedan adquirir estos productos por su inaccesibilidad en precios.

Son por estas razones que se buscaran productos turísticos alternativos que permitieran posicionar la imagen de la región, generando una nueva oferta dirigida al segmento nacional y su creciente estadía en la región como diversidad de actividades que se desarrollen e involucren a operadores de turismo, sectores de gastronomía, hotelería, etc. a partir de estos criterios se definió por conveniente desarrollar “El Desafío de los Yungas” **evento** que se realizará una vez al año a partir del segundo año y por 3 años inicialmente para el mercado nacional y posteriormente lanzarlo como evento internacional para recibir la participación de segmentos internacionales.⁴

El “Desafío de los Yungas” se presenta como la mejor opción para posicionar a la región Nor Yungas como un destino líder en la realización de eventos nacionales e internacionales de actividades de alto riesgo, generando demanda de mercados nacionales capaces de participar en este tipo de eventos y beneficios económicos a mediano y largo plazo.

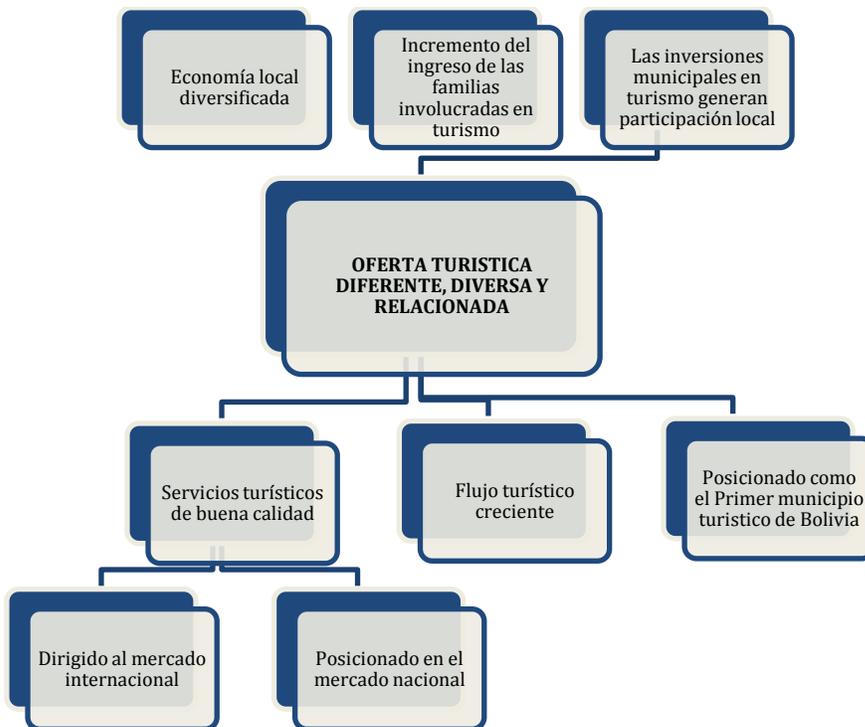
La idea del “Desafío de los Yungas” nace a raíz del potencial turístico que posee la región, al mismo tiempo cuenta con espacios geográficos en los cuales se pueden realizar una variedad de deportes extremos los cuales ya son ofertados por los prestadores de servicios turísticos pero de una manera inadecuada ya que estos no cuentan con la suficiente capacitación, ausencia de infraestructura para la misma teniendo como resultado un servicio que no cumple con las expectativas del turista. Este análisis e idea se valida en el estudio de mercado del presente proyecto que se realizó a principios de la presente gestión dando como resultado la creación de un centro de capacitación con todos los requerimientos necesarios.

⁴ Para ver el producto el “Desafío de los Yungas” ver Definición del producto principal, Pag. 96

4.1.3. Análisis de objetivos

Con la caracterización y el análisis de problemas descrito anteriormente se elaboró el árbol de objetivos que detalla la situación positiva que genera el proyecto solucionando el problema principal así como mejorar la calidad de vida de la población como se aprecia en el gráfico siguiente:

Gráfico N°2 Árbol de objetivos



El posicionamiento de la región diversificando actividades recreacionales como producto reconocido es el resultado de la implementación del producto diversificado y diferenciado, con niveles de gasto medio para el mercado nacional y generando pernотaciones para el aprovechamiento de los servicios ofrecidos.

5. OBJETIVOS

5.1. Objetivo General

- Fortalecer e Incrementar el flujo turístico de aventura en la región de Nor Yungas, con el desarrollo de los eventos aprovechando el potencial turístico.

5.2. Objetivos específicos

- Desarrollar la ruta turística la Paz – Coroico – Yolosita – La Paz mediante la ruta el `Desafío Yungas´
- Construir Plataformas para la realización de los eventos nacionales e internacionales de turismo de aventura
- Posicionar la ruta el `Desafío Yungas´ en el mercado nacional e internacional como actividades de aventura extrema.

5.3. Actividades, resultados y recursos

El Proyecto “**FORTALECIMIENTO DE LA RUTA EL DESAFIO DE LOS YUNGAS EN EL MUNICIPIO DE COROICO**”, durante su planificación y ejecución contempla el desarrollo de tres componentes diferenciados, pero que están íntimamente integrados ya que para alcanzar las metas propuestas cada uno depende del otro de manera integral. Por lo que se proponen los siguientes componentes:

- INFRAESTRUCTURA
- DESARROLLO DE CAPACIDADES
- PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

COMPONENTE: INFRAESTRUCTURA

Objetivo: Desarrollar la ruta turística la Paz – Coroico

- Se construirá un centro de capacitación para turistas y deportistas nacionales e internacionales que busquen competir en la ruta el Desafío de los Yungas
 - ▶ Saneamiento del derecho propietario de los predios en los que se realizará la infraestructura.
 - ▶ Obtención de la Licencia Ambiental para la construcción y equipamiento del Centro.
 - ▶ Obtención de la Autorización de Construcción
 - ▶ Construcción de la infraestructura, según el diseño previamente elaborado.
 - ▶ Adquisición y traslado del equipamiento, para todas las áreas funcionales del Centro.
 - ▶ Instalación del equipamiento del Centro.

COMPONENTE: DESARROLLO DE CAPACIDADES

Objetivo: Construir Plataformas para la realización de los eventos nacionales e internacionales de turismo de aventura

- Se cuenta con un programa de desarrollo de capacidades turísticas para los prestadores y operadores turísticos que desarrollan sus actividades en la región Nor Yungas del Departamento de la Paz
 - ▶ Diseño participativo del Programa de Desarrollo de Capacidades
- Miembros de los Municipios de Coroico y Coripata, tour operadores y guías de turismo con competencias básicas para iniciar el evento El Desafío de los Yungas.

- ▶ Selección de miembros participantes del proceso.
- ▶ Contratación de consultores por área de especialidad.
- ▶ Implementación del programa de desarrollo de capacidades
- ▶ Evaluación periódica del proceso y ajustes.
- ▶ Organización de un primer grupo de trabajo para iniciar operaciones.
- ▶ Asistencia técnica continúa para el perfeccionamiento de las capacidades operativas.
- ▶ Implementación del componente de gestión del programa de desarrollo de capacidades
- ▶ transferencia paulatina de funciones y responsabilidades de gestión
- ▶ Evaluación periódica y ajuste de actividades.

COMPONENTE: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Objetivo: Posicionar el Desafío Yungas en el mercado nacional e internacional como actividades de aventura extrema.

- Estrategia de posicionamiento definida y aplicada los tres primeros años de ejecución del proyecto.
 - ▶ Definición de imagen de marca y línea gráfica
 - ▶ Elaboración de estrategia de posicionamiento y comunicación para los tres primeros años.
 - ▶ Implementación del plan de comunicación
 - ▶ Evaluación cuatrimestral de avances y resultados de la aplicación de las acciones de comunicación
 - ▶ Ajuste de las acciones de comunicación con base en el resultado de las evaluaciones.
 - ▶ Elaboración de la estrategia de comunicación para los siguientes tres años de operación.

- Seis acuerdos comerciales establecidos y consolidados al tercer año del proyecto.
 - ▶ Determinación de la estrategia de comercialización y política de precios
 - ▶ Establecimiento de alianzas comerciales.
 - ▶ Fidelización de los canales de comercialización.

Evaluación semestral de resultados y avances en la aplicación de la estrategia de comercialización.

6. METODOLOGIA

6.1. Objetivos

6.1.1. Objetivo General

Recopilar información primaria para conocer la percepción de la población beneficiada y determinar el grado de aceptación del proyecto “Desarrollo de la ruta turística el Desafío de los Yungas en los Municipios de la región Nor Yungas del departamento de la Paz”

6.1.2. Objetivos Específicos

- Determinar el perfil de los turistas extranjeros que visitan el destino turístico Yolosita
- Determinar el grado de aceptación del proyecto priorizado entre la población beneficiada.
- Conocer la preferencias de los turistas en relación al proyecto priorizado.

6.2. Diseño muestral

Establecidos los objetivos de la presente metodología para conocer la percepción de la población beneficiada y determinar el grado de aceptación del proyecto, siendo este método es no probabilístico, es necesario delimitar la cobertura que tendrá la aplicación del instrumento de recolección de información, que se detalla a continuación:

6.2.1. Cobertura Geográfica

El instrumento de recolección de información se aplicará en el destino turístico Los Yungas.

6.2.2. Cobertura temporal

La aplicación de la encuestas se realizará en el mes de febrero que corresponde a la época alta de visitas de turistas al destino.

6.2.3. Cobertura Temática

Considerando las características básicas de la información que se requiere recolectar, el planteamiento de los objetivos y la construcción de la encuesta, es necesario realizar un proceso de priorización de información, considerando únicamente a las variables más representativas del estudio permitiendo un proceso de levantamiento de información ágil, sin descuidar la calidad y precisión de los datos, en este sentido se propone que la encuesta considere la recolección de la siguiente información:

Cuadro Nº 2 Cobertura temática

Capítulo	Componente	Indicador	Variable	Escala de medición
Identificación de la boleta	Fecha	---	---	
	Número de encuesta	---	---	Razón
	Lugar de la entrevista	---	---	Nominal
	Código del encuestador	---	---	Razón
I. Aspectos demográficos	Sexo	Sexo del turistas que visitan el destino	<input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino	Razón
	Edad	Edad de los turistas que visitan el destino	<input type="checkbox"/> Rangos de edad	Ordinal
	Procedencia de los turistas	Lugar de residencia de los turistas	<input type="checkbox"/> Cualquier país del mundo	Nominal
II. Aspectos del viaje	Estadía	Estadía media de los turistas	<input type="checkbox"/> Número de días y noches	Razón
	Estacionalidad del turismo	Estacionalidad anual del turismo en el destino	<input type="checkbox"/> Los nombres de uno o más meses del año	Nominal
	Tipo de turismo	Identificación de los tipos de turismo con los que se asocia al destino	<input type="checkbox"/> Turismo de bienestar <input type="checkbox"/> Turismo de aventura <input type="checkbox"/> Turismo	Nominal

Capítulo	Componente	Indicador	Variable	Escala de medición
			cultural <input type="checkbox"/> Turismo rural/ecoturismo <input type="checkbox"/> Otro	
	Actividades que realizan los turistas	Principales actividades realizadas por los turistas	<input type="checkbox"/> Actividades más demandadas	Nominal
III. Gasto	Gasto de turismo	Gasto total que realizan los turistas en el destino	<input type="checkbox"/> Monto de dinero en dólares americanos y en bolivianos	Intervalo
IV. Del producto turístico	Preferencias y gustos del turista	Aceptación del producto	<input type="checkbox"/> Grado de interés en el producto turístico	Nominal
		Deportes que se deberían incluir	<input type="checkbox"/> Deportes extremos	Nominal
		Tipo de competencia	<input type="checkbox"/> Individual o en equipo	Nominal
		Duración de la competencia	<input type="checkbox"/> Tiempo en días	Intervalo
		Disposición de pago	<input type="checkbox"/> Monto de dinero en dólares	Intervalo

Fuente: Elaboración propia

La información que se recopile mediante la aplicación de las entrevistas mostrará resultados de carácter cualitativo y cuantitativo relacionados con las características propias de comportamiento y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros

que visitan el destino Los Yungas, de acuerdo a la percepción de operadores turísticos expertos en el tema. En este marco se ha elaborado una boleta de entrevista que engloba toda la información necesaria que se requiere obtener (ver anexo 1).

6.3. Unidades Estadísticas

6.3.1. Unidad de muestreo

La unidad de investigación la constituyen los operadores turísticos que desempeñan sus actividades el destino turístico de Los Yungas.

6.3.2. Determinación del Universo Muestral

Para el universo muestral se utilizarán los datos de empresas que trabajan actualmente en la prestación de servicios turísticos en la región de Yungas y específicamente en el Municipio de Coroico, teniendo en cuenta adicionalmente el flujo de turistas extranjeros que visitan la región, tal como se puede apreciar en el cuadro siguiente:

Cuadro N° 3 Flujo anual de turistas nacionales y extranjeros a los principales destinos del Departamento de La Paz

Variable	Valles y Yungas
Flujo de turistas nacionales	49.000
Flujo de turistas extranjeros	32.824
TOTAL	81.824

Fuente: Diagnóstico Turístico Departamental

6.4. Tamaño de la muestra

Como se mencionó en los acápites previos se ha considerado como universo muestral a los operadores turísticos que trabajan en la región, en este contexto el estudio ha previsto una consulta especializada mediante una encuesta semiestructurada a 25 prestadores turísticos

6.5. Descripción y operativización de variables

El formulario de recolección de información, está estructurado para realizar entrevistas directas a operadores turísticos, con preguntas cerradas y abiertas con una o múltiples opciones de respuesta, presentando las siguientes características:

- ▶ Diseño: Dirigido
- ▶ Tipo: Operadores turísticos
- ▶ Funcionalidad: Semi-estructurado

El formulario de entrevista a aplicarse comprende un total de 17 preguntas distribuidas en 4 capítulos:

- ▶ Información demográfica
- ▶ Aspectos del viaje
- ▶ Gasto del viaje
- ▶ Del producto turístico

Ahora bien, cada una de las preguntas formuladas en la boleta de encuesta tiene una finalidad específica en relación a los objetivos del estudio, según se detalla en la encuesta siguiente: (Descrita en el manual de encuesta – Anexo 1)

6.6. Proceso de recolección de información

El llenado de la boleta de encuesta para el recojo de la información, se realizó mediante entrevistas directas a operadores y prestadores de servicios turísticos.

Las entrevistas programadas se realizaron durante un periodo de 7 días calendario.

Algunos aspectos importantes que deben tomarse en cuenta para desarrollar adecuadamente el proceso de recolección de los datos que forman parte de la encuesta son:

- ▶ Coordinar gestiones para verificar el apoyo y cooperación de operadores turísticos y autoridades locales para la realización óptima de las entrevistas.
- ▶ El horario previsto para la recolección de información comprende todo el día, de acuerdo a la disponibilidad de tiempo de los operadores turísticos.

6.7. Operativos de recolección de información – Trabajo de campo

El desarrollo y aplicación de las entrevistas conto con la participación de los dos estudiantes a cargo del proyecto controlando el llenado de las boletas, validación o anulación en caso de no ser registradas de forma correcta; en cuanto a las encuestas fueron distribuidas en los puntos de recolección de información a cargo de los mencionados.

6.8. Control de calidad de la información

Con el objetivo de revisar la validez de la información proporcionada por los operadores turísticos desde la etapa del llenado de los cuestionarios, se establecerán medidas de control sobre la calidad de recopilación de la información en los siguientes pasos:

- 1º. Por parte del encuestador durante la recopilación de la información, asegurando que todos los campos están debidamente llenados.
- 2º. Durante la codificación de datos, realizando validaciones de rango, flujo y coherencia.
- 3º. Pruebas de aceptación, no permitiendo la incorporación de registros que no superen pruebas de validación de rango, flujo y coherencia.

6.9. Sistematización de la información recopilada

La sistematización de la información es un proceso metodológico utilizado para la organización de los datos recopilados de una forma estructurada, que permita una interpretación cabal de los resultados del estudio de forma ágil y precisa. Para ello se tiene que identificar y discriminar las preguntas secundarias de la pregunta principal de manera tal que se pueda clasificar la información por orden de importancia.

Para sistematizar la información se deben seguir los siguientes pasos:

- 1º. Definir qué se va a sistematizar
- 2º. Ordenar la información por categorías
- 3º. Convertir la información a medios y formatos que permitan acceder a ellos de manera simple y ordenada
- 4º. Guardar la información

La información generada será tabulada e ingresada a una base de datos con una previa validación y depuración de aquellas encuestas que cuenten con más del 50% de la información en blanco o que los datos ingresados no correspondan a una respuesta válida (encuestas borroneadas o ilegibles). Este proceso será dirigido y monitoreado por el encuestador(a) de la sistematización de los datos, para que la información generada por todo el proceso tenga consistencia y estabilidad.

Una vez exportados los datos de la base de datos a Microsoft Excel, se utilizará el software estadístico SPSS, donde para poder establecer un mínimo de características comunes, se desarrollarán procesos de cruce de variables, que definan la dependencia y correlación de las diferentes variables analizadas.

Todo el proceso de sistematización tendrá un tiempo de ejecución determinado en función al número de encuestas asignadas.

6.10. Generación de reportes

Con toda la información sistematizada, se tendrá una base de datos que pueda ayudar a la generación de información sobre las variables establecidas en los formularios, y así generar reportes estadísticos que apoyen a la toma de decisiones y a lanzar información que sea de utilidad para otros procesos.

La generación de reportes ayudará a la presentación de la información previamente procesada y analizada de parte de quien comunica.

Existen ciertas consideraciones y pasos que se deben tener en cuenta a la hora de generar reportes, las cuales se presentan a continuación:

- ▶ La audiencia a la que va dirigida: gestores públicos, gestores privados, consultores, estudiantes
- ▶ Los conocimientos previos de ella (para adelantarse a las preguntas)
- ▶ Los intereses de la audiencia
- ▶ Selección de medios para entregar la información

En este entendido el sistema será evaluado de forma constante en su desarrollo para que los resultados o la información obtenida y analizada, estén de acuerdo a los requerimientos y necesidades del proyecto, proponiéndose para tal efecto los siguientes reportes ejemplo:

- ▶ Perfil demográfico del turista que visita ese destino según rango de edades, sexo, lugar de residencia.
- ▶ Caracterización del viaje según meses, tipo de actividad y estadía.
- ▶ Niveles de gasto de acuerdo a edad, actividades y estadía.
- ▶ Aceptación, disponibilidad de gasto y preferencias sobre el producto turístico potencial.

7. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El Proyecto estará localizado en la Región de los Yungas de la Paz (Nor Yungas), en la comunidad de Yolosita del Municipio de Coroico.

8. TAMAÑO DEL PROYECTO

El proyecto en su parte de infraestructura turística albergara a un flujo de aproximadamente 700 personas al año. (Ver Anexo 7)

En lo económico el proyecto mejorará la generación de recursos económicos de los beneficiarios directos e indirectos, a nivel de la sociedad en su conjunto incidirá en los siguientes aspectos:

- Generar empleos directos e indirectos a los pobladores en el Municipio de Coroico a través de la construcción de un centro de descanso familiar
- Se fomentará un nivel de articulación inter-sectorial, que mantendrá una fuerte relación entre el sector turístico, Transporte (especialmente el carretero, hospedaje y alimentación. Estos sectores aportan con los insumos y prestan los servicios de traslado, hospedaje y alimentación del producto turístico ofertado, dinamizando la economía municipal y regional.

9. POBLACIÓN META

La población meta la conforman principalmente turistas nacionales de diferentes departamentos de Bolivia y extranjeros que buscan recreación, diversión y la posibilidad de desarrollar actividades extremas diferentes en un ambiente natural como los que posee el municipio de Coroico.

10. INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO Y BENEFICIOS

El presupuesto global del proyecto alcanza Bs. 2.481.499,66 (Dos millones cuatrocientos ochenta y un mil cuatrocientos noventa y nueve 66/100 bolivianos)

11. ENTIDAD EJECUTORA

El Gobierno Autónomo Municipal de Coroico, en el marco de un proceso de planificación con la participación de actores sociales y productivos que implica la comunidad de Yolosita, así mismo empresas interesadas en el proyecto como ONG`s, etc.

12. TIEMPO DE EJECUCIÓN

El proyecto tiene un tiempo de ejecución previsto de 18 meses hasta su ejecución.

CAPITULO II – MARCO CONCEPTUAL

2. MARCO CONCEPTUAL

2.1. Viaje

El término viaje designa la actividad de los viajeros. Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración. (*Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008*)

Los viajes realizados dentro de un país por sus residentes se denominan viajes internos. Los viajes a un país efectuados por no residentes se conocen como viajes receptores, mientras que los viajes realizados fuera de un país por sus residentes se denominan viajes emisores. Aquellas personas que realizan viajes, ya sean internos, receptores o emisores, se denominan viajeros internos, receptores o emisores, respectivamente.

“El término “viaje” designa todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso. Por lo tanto, se refiere a un viaje de ida y vuelta. Un viaje se compone de visitas a diferentes lugares”.

Un viaje interno es aquel cuyo destino principal está situado en el país de residencia del visitante. Un viaje receptor o emisor es aquel cuyo destino principal está fuera del país de residencia del visitante. Un viaje emisor podría incluir visitas a distintos lugares dentro del país de residencia, del mismo modo que un viaje turístico interno podría incluir visitas fuera del país de residencia del visitante. Sin embargo, un viaje receptor sólo incluye visitas dentro del país de referencia.

2.2. Turismo

El concepto de turismo es más limitado que el de viajes, ya que se refiere a tipos específicos de viajes: los que realiza un viajero a un lugar distinto al de su entorno

habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal que no sea ser empleado por una entidad residente en el lugar visitado. Las personas que realizan estos viajes se consideran visitantes. Por lo tanto, el turismo es un subconjunto de los viajes, y los visitantes un subconjunto de los viajeros en los ámbitos tanto interno como internacional. En la balanza de pagos y en el Sistema de Cuentas Nacionales se utiliza la misma definición y se realiza una distinción de ambos términos, lo cual es fundamental para intercambiar y conciliar datos provenientes de estas diferentes fuentes con objeto de medir los movimientos y el gasto de los viajeros y visitantes internacionales

2.3. Formas de Turismo

La OMT a través del RIET 2008⁵ recomienda distinguir “tres formas fundamentales de turismo”:

- a) **Turismo interno**, que incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el lugar de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.
- b) **Turismo receptor**, que engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el lugar de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.
- c) **Turismo emisor**, que abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno

El término “interno” tiene connotaciones diferentes en el contexto del turismo y de las cuentas nacionales. En turismo, conserva sus connotaciones originales de mercadotecnia, es decir, hace referencia a las actividades realizadas por los

⁵ Las Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008 (también conocidas como RIET 2008) aportan los principales conceptos, definiciones y clasificaciones para la medición del turismo de forma normalizada en los distintos países.

visitantes residentes en el país de referencia. En las cuentas nacionales, y desde la perspectiva de la demanda, hace alusión a las actividades realizadas por los consumidores residentes con independencia del lugar en el que éstas se lleven a cabo. En el contexto de las cuentas nacionales, “turismo interno” corresponde, por tanto, a lo que en las estadísticas de turismo se entiende por “turismo nacional”.

El Turismo interno engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales. Por su parte, el Turismo nacional: abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.

2.4. Actividad turística

La noción de actividad abarca todas las actividades realizadas por los visitantes para preparar un viaje o durante el viaje propiamente dicho. No se limita a lo que podrían considerarse actividades turísticas típicas, como recorrer los lugares de interés turístico, tomar el sol, visitar lugares, etcétera. Viajar por motivos de negocios, de educación y formación, etcétera, también puede formar parte del turismo si se cumplen las condiciones que se han establecido para definir el concepto de turismo.

La CST⁶ se centra en la dimensión económica de los viajes turísticos fundamentalmente a través de los gastos incurridos por los visitantes o por otras personas en su beneficio. Ser visitante es una situación pasajera, relacionada con un viaje específico; una vez concluido el viaje, la persona pierde su condición de visitante.

Las actividades características del turismo son aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo. Las actividades para el sector turismo comprenden:

⁶ Cuenta Satélite de Turismo, 2000

- Alojamiento para visitantes
- Actividades de provisión de alimentos y bebidas
- Transporte de pasajeros por ferrocarril, agua, carretera o aéreo
- Actividades de agencias de viajes y otros servicios de reservas
- Actividades culturales
- Actividades deportivas y recreativas
- Comercio al por menor de bienes característicos del turismo, específicos de cada país o región
- Otras actividades características del turismo, específicas de cada país o región

2.5. Viaje turístico

El término viaje turístico designa todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso. Por lo tanto, se refiere a un viaje de ida y vuelta. Los viajes realizados por los visitantes son viajes turísticos.

2.6. Visita

Un viaje se compone de visitas a diferentes lugares. El término “visita turística” hace referencia a una estancia en un lugar visitado durante un viaje turístico.

El término viaje designa la actividad de los viajeros. Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración. El visitante es un tipo de viajero y, por lo tanto, el turismo es un subconjunto de viaje.

2.7. Visitante

Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio,

negocios u otro motivo personal) que no sea ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado. Estos viajes realizados por los visitantes se consideran viajes turísticos. El turismo hace referencia a la actividad de los visitantes.

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.⁷

2.7.1. Visitantes internacionales.

Un viajero internacional se considera visitante internacional con respecto al país de referencia en primer lugar si está realizando un viaje turístico, y no debe ser residente que viaja en el país de referencia o un residente que viaja fuera del mismo.

2.7.2. Visitantes internos.

Desde la perspectiva del país de referencia, un viajero interno se considera visitante interno si está realizando un viaje turístico, y también si es un residente que viaja en el país de referencia.

La OMT mediante el RIET 2008⁸ recomienda excluir de la categoría de visitantes a:

a) Los viajeros que cruzan con regularidad la frontera internacional (o administrativa) para trabajar en un país (o región) distinto de su lugar de residencia habitual (trabajadores fronterizos), y

b) Los viajeros con contratos de corta duración que trabajan en un país (o región) distinto de su país de residencia (trabajadores estacionales en los sectores de la agricultura, la construcción, la hotelería, la restauración y otros servicios, así como

⁷ Organización Mundial de Turismo, Definiciones de Turismo.

⁸ Las Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008 (también conocidas como RIET 2008) aportan los principales conceptos, definiciones y clasificaciones para la medición del turismo de forma normalizada en los distintos países.

otros trabajadores), con un contrato formal de trabajo o sin él, siempre y cuando pueda considerarse que estos viajeros intervienen en una relación empleador-trabajador entre un residente y un no residente.

2.8. Turista

Turista es aquel se clasifica como visitante temporal y que permanece por lo menos 24 horas en el lugar de visita y cuyo propósito es pasar el tiempo libre destinándolo a actividades como la recreación, salud, deporte, vacación, estudio o religión, negocios, familia, encargo o reunión.

2.9. Grupo de viaje

Un grupo de viaje se define como visitantes que realizan juntos un viaje y comparten los gastos vinculados con el mismo. Es un grupo de personas conformadas por familiares y/o amigos que viajan juntos fuera de su entorno habitual con fines turísticos.

2.10. Agencias de viajes y turismo

Se consideran Agencias de Viajes y Turismo, las personas jurídicas, que se dediquen a la organización, promoción, representación y comercialización del servicio turístico, bien sea en forma directa o como intermediarios entre los usuarios y los prestadores de servicios turísticos tanto nacionales como internacionales.

2.11. Lugar de residencia

Es el lugar/país en que el viajero ha permanecido durante la mayor parte del año anterior (12 meses), o ha permanecido por un período más breve y prevé regresar dentro de los 12 meses para vivir en ese país.

2.12. Destino

Es el lugar visitado. En el caso de los visitantes internos, el destino es una zona dentro del mismo país de residencia. En el caso de los visitantes internacionales, el destino puede referirse al país visitado o a una región de dicho país. Un destino es la unidad geográfica básica utilizada para la elaboración de las estadísticas del turismo. Dentro del país de referencia, el país puede dividirse en zonas de destino que representan regiones turísticas homogéneas o que pueden ser grupos de regiones administrativas del gobierno local.

2.13. Atractivos turísticos

Valores propios existentes en un destino, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionado específicamente para su usufructo recreacional.

2.14. Motivo de viaje turístico

El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etc.) Ver también destino principal de un viaje.

Los motivos que originan la realización de un viaje se agrupan en seis categorías recomendadas por la Organización Mundial del Turismo:

- ocio y/o vacaciones
- visita a familiares y amigos
- negocios y motivos profesionales
- tratamientos de salud

- religión, peregrinaciones
- otros motivos

2.15. Medios de transporte

Es el medio principal utilizado por el visitante durante su viaje. Este medio principal podría establecerse de diferentes modos y basarse, por ejemplo, en:

- El medio en el que se viaja el mayor número de kilómetros;
- El medio en el que se pasa la mayor parte del tiempo, y
- El medio que representa el porcentaje más elevado del costo total del transporte.

2.16. Temporada alta y baja

La temporada alta marca los momentos más populares del año para viajar debido a las circunstancias climatológicas, el periodo vacacional u otras razones. Por el contrario, la temporada baja muestra los momentos del año en el que se registra el menor flujo de viajes.

2.17. Gasto Turístico

El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Se incluyen los gastos incurridos por los propios visitantes y los gastos pagados o reembolsados por otros.

Además de los gastos monetarios en bienes y servicios de consumo pagados directamente por los visitantes, el gasto turístico incluye:

- a) Gastos monetarios en bienes y servicios de consumo pagados directamente por el empleador a los trabajadores que realizan viajes de negocios.

- b) Gastos monetarios pagados por el visitante y reembolsados por terceros, ya sea por el empleador (empresas, administraciones públicas e instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares), otros hogares o el régimen de seguridad social.
- c) Pagos monetarios efectuados por los visitantes por los servicios individuales prestados y subvencionados por las administraciones públicas y por instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares en los ámbitos de la educación, la salud, museos, artes escénicas.
- d) Desembolsos por servicios prestados a los trabajadores y sus familias durante viajes turísticos financiados fundamentalmente por los empleadores, tales como el transporte, el alojamiento, estancias en residencias de vacaciones de los empleadores u otros servicios subvencionados.
- e) Pagos suplementarios realizados por los visitantes para asistir a eventos deportivos o culturales por invitación de los productores (empresas, administraciones públicas, las instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares) y pagados fundamentalmente por los mismos.

El gasto turístico no incluye otros tipos de pagos que los visitantes podrían efectuar que no corresponden a la adquisición de bienes y servicios, como el pago de tasas e impuestos y de intereses, la adquisición de activos financieros y no financieros.

2.18. Demanda y consumo turístico

La demanda turística se define como el “consumo realizado por, o en nombre del visitante, antes, durante y después de la realización de un viaje, desarrollándose éste fuera del entorno habitual” (CST).

Desde la perspectiva de medición y seguimiento de la actividad turística, el consumo constituye el componente más relevante y es el centro de la valoración económica

del turismo. Por lo tanto, el consumo turístico se define como todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, para y durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino.

Dicha definición se ajusta al concepto de consumo final que utiliza el SCN 93, pero mantiene las características inherentes al visitante; por ejemplo, el tratamiento de los gastos que hacen las instituciones en conceptos de viajes de negocios de sus empleados (viáticos y pasajes), que el SCN 93 considera como un consumo intermedio de las empresas, son considerados por la CST como un gasto del visitante.

2.19. Estadía

Es el tiempo de permanencia del visitante en un sitio o destino. La duración total de un viaje que incluye una pernoctación se expresa en términos de número de noches.

2.20. Preferencias y gustos

Las conductas se ven afectadas por el entorno familiar, social y cultural. Los hábitos, preferencias y gustos además pueden identificar género, clase social, edad, escolaridad hasta una condición particular. La manera como se realiza una actividad y la actividad que se escoge realizar está marcada por la cultura y el orden social.

Los gustos son aquellas actividades por las que se inclina y escoge de acuerdo a criterios individuales. Las preferencias comprenden el orden de ejecución que las personas establecen en relación a sus gustos y en relación directa con sus intereses. Las preferencias de los visitantes se demuestran por los sitios que ofrece el destino turístico.

CAPITULO III – MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL

3. Marco legal

El marco legal que rige y garantiza la actividad turística en Bolivia, está integrada por las siguientes leyes:

3.1. Constitución Política del Estado

En el Artículo 337, que: I. El turismo es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable para lo que tomara 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 pueblo indígena originario campesinos donde se desarrolle esta actividad.

3.2. Ley General de Turismo Nro. 292

Según la ley General de Turismo “Bolivia te Espera” en sus disposiciones generales Art. 1 indica que; la presente ley tiene por objeto establecer las políticas generales y el régimen del turismo del estado plurinacional de Bolivia, a fin de desarrollar, difundir, promover, incentivar y fomentar la actividad productiva de los sectores turísticos público, privado y comunitario, a través de la adecuación de los modelos de gestión existentes, fortaleciendo el modelo de turismo de base comunitaria.

3.3. Ley N°031 Ley Marco de Autonomías y Descentralización “Andrés Ibáñez”

La presente ley señala en el Artículo 95. (Turismo). En el título I de acuerdo a la competencia del numeral 37 del párrafo II, artículo 298, de la constitución política del estado, el nivel central del estado tendrá las siguientes competencias exclusivas en su inciso 3. Promover y fomentar los emprendimientos de las comunidades indígena originario campesinas y organizaciones de sociedad civil, para que

desarrollen actividades turísticas en coordinación con las instancias correspondientes.

3.4. Ley del Medio Ambiente (N°1333 de 27 de marzo de 1992)

Esta Ley tiene por objeto proteger y conservar el medio ambiente y los recursos naturales, otorgando la regulación para que las acciones del hombre con la naturaleza estén enmarcadas en el desarrollo sostenible con el propósito de mejorar la calidad de vida de la población.

3.5. Ley Marco de la Madre Tierra N°300 de 15 de octubre de 2012

La presente Ley tiene por objeto establecer la visión y los fundamentos del desarrollo integral en armonía y equilibrio con la madre tierra para vivir bien, garantizando la continuidad de la capacidad de regeneración de los componentes y sistemas de vida de la madre tierra, recuperando y fortaleciendo los saberes locales y conocimiento ancestrales en el marco de la complementariedad de derechos obligaciones y deberes; así como los objetivos del desarrollo integral como medio para lograr el vivir bien, las bases para la planificación, gestión pública e inversiones y el marco institucional estratégico para su implementación.

3.6. Forma Jurídica del Centro de Capacitación

En la actualidad no existe una base legal que reconozca los emprendimientos comunitarios y/o centros de capacitación pese a que la nueva constitución política del estado los promueve. Por lo tanto el presente centro de capacitación delegara la administración al gobierno autónomo municipal de Coroico quienes cuentan con los predios legales a su nombre.

4. MARCO INSTITUCIONAL

A continuación citaremos las instituciones vinculadas con el desarrollo del turismo en Bolivia:

4.1. Nivel Central del Estado

- Ministerio de culturas – viceministerio de turismo
- Ministerio de medio ambiente y aguas

4.2. Nivel Departamental

- Gobierno autónomo departamental de La Paz
- Secretaria departamental de turismo y cultura

4.3. Nivel Municipal

- Gobierno autónomo municipal de Coroico
- Dirección de turismo

4.4. Organización Comunitarias

- Emprendimientos comunitarios
- Asociación de guías de turismo

CAPITULO IV – DIAGNOSTICO TURISTICO

4. DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN ACTUAL

El Área de Influencia del Proyecto es el Departamento de La Paz, en la Región de Yungas, Provincia Nor Yungas, involucra a los municipios de Coroico y Coripata que se caracterizan por el clima, los atractivos naturales y las características propias para el desarrollo del turismo de aventura que permite que se pueda apoyar al desarrollo de servicios y productos turísticos; de esta manera se pretende con el proyecto la consolidación de esta ruta en el mercado internacional.

Lo primordial para el desarrollo del proyecto son las características particulares que tiene la región norte de los yungas para el desarrollo de actividades turísticas de aventura.

4.1. Características Generales de Área de Intervención

El área intervención directa con el proyecto es la Provincia Nor Yungas con sus Municipios de Coroico y Coripata, que son parte de la Región de los Yungas del Departamento de La Paz, geográficamente se encuentra a los 16°00'00" de Latitud Sur y 67°30'00" de Longitud Oeste, el acceso es a través de la carretera La Paz – Cotapata (carretera asfaltada) que vincula con el municipio de Coroico y por la carretera al municipio de Coripata por los tramos La Paz –Puente Villa –Coripata, (carretera de ripio).⁹

CUADRO N° 4

Posición Geográfica, Superficie y Límites

Detalle		Posición Geográfica	Superficie	Altura
Provincia	Nor	16°00'00" de	1.762 Km 2	1.000 a 4.000 m.s.n.m
Yungas		Latitud Sur		
		67°00'00" de		

⁹ SEDCAM LA PAZ, Servicios departamentales La Paz.

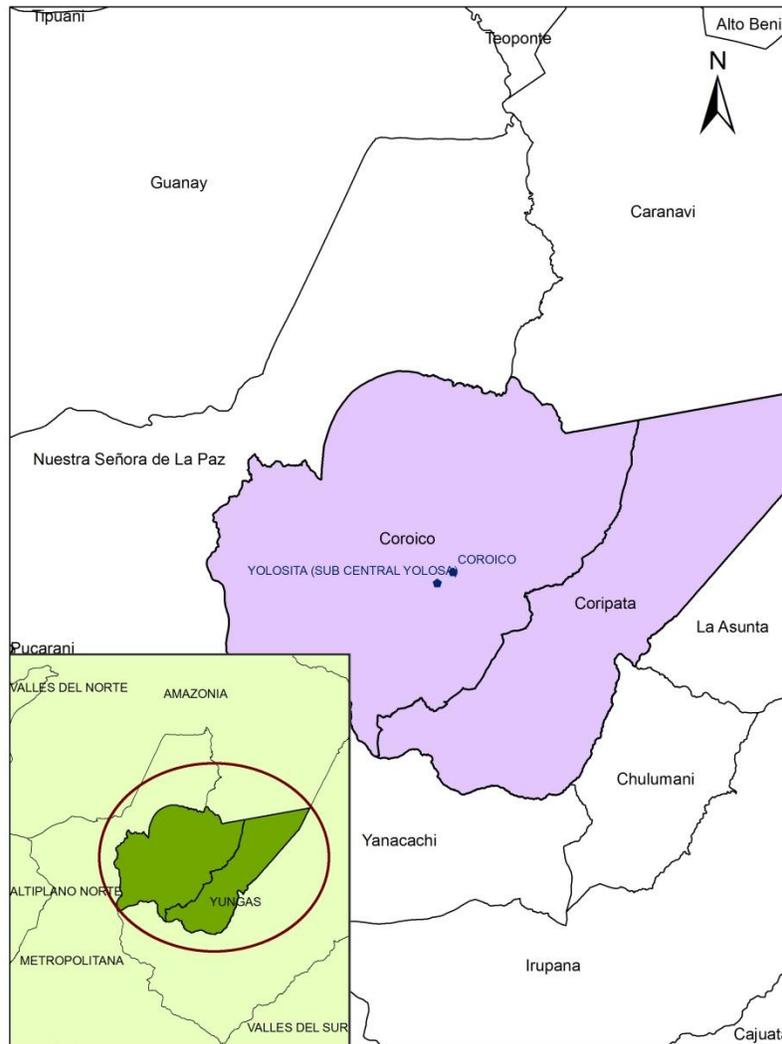
		Longitud Oeste		
Municipio	de	16°08'00"	de	
Coroico		Latitud Sur		1.076 Km2
		67°46'00"	de	1.782 m.s.n.m.
		Longitud Oeste		
Municipio	de	16°00'01"	-	
Coripata		16°21'20"	de	
		Latitud Sur		686 Km 2
		67°47'23"	de	1.500m.s.n.m.
		Longitud Oeste		

Fuente: Elaboración Propia en Base a Datos de los PDM Coroico y Coripata 2005-2010 y Fichas Municipales del Observatorio de Autonomías

La provincia Nor Yungas cuenta con una superficie aproximada de 1.762 Km² de los cuales el 61,07% corresponde al Municipio de Coroico (1.076 Km²) que se encuentra a 1.782 m.s.n.m. y una distancia de 97 Km de la ciudad de La Paz; el 39,23% de la superficie corresponde al Municipio de Coripata (686 Km²) que está a 1.500 m.s.n.m. y está a una distancia de 116 Km de la Ciudad de La Paz¹⁰.

¹⁰Los datos de superficie municipal consideradas provienen de las Fichas Municipales del Observatorio Bolivia Autónoma del Ministerio de Autonomías.

Mapa N°1 Identificación de la Región y Municipio de Intervención con el Proyecto



Fuente: Elaboración Propia en base a mapas del Proyecto de PDOT del Departamento de La Paz.

Respecto a los límites la provincia Nor Yungas, ésta limita al norte y noroeste con la provincia Murillo, al noreste con la provincia Caranavi, al éste con el municipio de Asunta y, al sur y sureste con el municipio Yanacachi y Chulumani.

4.2. Aspectos Demográficos

En base a los datos del Censo Nacional Población y Vivienda 2012, la Provincia Nor Yungas cuenta con una población de 36.327 habitantes que representa el 1,34% del departamento de La Paz.

4.2.1. Composición Poblacional

Del total de la población de la provincia el 48,80% son mujeres y el 51,20% son varones. Según grupo de edad gran parte de la población está por debajo de los 40 años con el 69,73%; la población menor a 15 años llega a 10.210 habitantes (28,11%), de 15 a 39 años se tiene a 15.121 habitantes (41,62%), de 40 y menor a 60 años están 7.193 habitantes (19,80%) y la población que está entre 60 años y mayor a esta edad es 3.803 habitantes (10,47%).

Cuadro N°5 Población de la Provincia Nor Yungas y Municipios Diferenciada por Sexo

Comunidad	Total	Hombres	Mujeres	Viviendas
Coroico	19.397	10.141	9.256	7.329
Coripata	16.930	8.460	8.470	5.722
Total Población Provincia Nor Yungas	36.327	18.601	17.726	13.051

Fuente: Elaboración Propia en Base a Datos del CNPV 2012

El municipio de Coroico cuenta con 19.397 habitantes que representa el 53,40% de la población de la provincia y Coripata tiene 16.930 habitantes que es el 46,60% del total de la población de Nor Yungas.

En cuanto al área de acción directa del proyecto, podemos mencionar que la comunidad de Yolosita donde se implementará la infraestructura principal del proyecto cuenta con un población reducida de aproximadamente 263 habitantes de los cuales 129 son hombres y 134 mujeres, conformando aproximadamente 71 familias que viven y desarrollan sus actividades en la comunidad, según datos del Censo de población y Vivienda 2001.

4.2.2. Crecimiento y Densidad Demográfica

Entre el censo 2001 y 2012 la población se incrementó en 12.646 habitantes, con un crecimiento poblacional global de 53,40%, siendo así que de 23.681 habitantes en el 2001 se pasó a un total de 36.327 habitantes en el 2012; en relación a la tasa de crecimiento poblacional anual intercensal esta es en 2012 de 4%.

Cuadro N° 6. Crecimiento de la Población de la provincia Nor Yungas

Censos	Censo 1992	Censo 2001	Tasa de Crec. 2001-1992	Censo 2012	Tasa de Crec. 2012-2001
Población Total	8.406	9.161	8,98%	13.023	42,16%
Hombres	4.327	4.732	9,36%	6.772	43,11%
Mujeres	4.079	4.429	8,58%	6.251	41,14%
Población Urbana ¹¹	-	-	-	3.304	-
Población Rural	8.406	9.161	8,98%	9.719	-
Tasa de Crec. Poblacional Anual Intercensal			1,05%		3,1%

Fuente: Elaboración Propia en Base a Datos del CNPV 2001 y 2012

Se muestra un incremento considerable de la población de Nor Yungas, que se debe al crecimiento de los dos municipios, Coroico tiene un crecimiento neto de 58,51% y

¹¹Se considera que en 1992 la población urbana es 2.199 habitantes, esta se duplico en 2001 a 4.402 habitantes considerando población urbana de los dos municipios (Coroico y Coripata), pero según los resultados del censo 2012 sólo se considera población urbana en el municipio de Coroico y a Coripata es considerada totalmente área Rural.

Coripata un 47,94% en relación a la población del 2001. En el 2001 se registró una tasa de crecimiento intercensal de 1,59% a nivel de la provincia y en el 2012 se cuenta con un aproximado de 4% de los cuales 4,1% corresponde al municipio de Coroico y un 3,8% a Coripata.

En el censo 2012 se considera sólo como área urbana en el municipio de Coroico con un total de 2.353 habitantes.

Con relación a la densidad demográfica, Nor Yungas tiene una densidad de 20,62 personas por Km² en 2012, la misma que se incrementó en aproximadamente 7,18 habitantes por Km² respecto a la densidad registrada en 2001 que era de 13,44 habitantes por Km². De la densidad de la provincia, el municipio de Coripata es el que concentra mayor población por Km² que en 2012 llega a 24,68 Hab/Km² y el municipio de Coroico presenta una densidad de 18,03 personas por Km².

4.2.3. Migración

Según el Censo 2012 en la provincia Nor Yungas un total de 1.740 habitantes emigraron entre porciones similares entre hombres y mujeres, de este total, 980 corresponden al municipio de Coroico y 760 al municipio de Coripata. Gran parte de la población migrante es hacia la Ciudad de La Paz y a otras localidades de las provincias aledañas como el caso de Sud Yungas; el movimiento migratorio de la población se produce principalmente para mejorar la generación de ingresos familiares y para tener oportunidad y condiciones de superación personal en el ámbito productivo, académico (escolar y universitario), al igual que por razones de Salud.

Asimismo, se presenta un proceso de inmigración hacia la provincia y se da básicamente de población que se dedica a la actividad agrícola, compra propiedades rurales y se dedican al cultivo de hoja de coca.

4.3. Aspectos Físico - Naturales

4.3.1. Altitud

La región de los Yungas se encuentra entre los 600 a 3000 m.s.n.m, cuyos topes de la cordillera llegan a los 5.500 m.s.n.m., así la altitud de la provincia Nor Yungas fluctúa entre aprox. los 1.000 a los 4.500 m.s.n.m, la parte más baja esta sobre el río Tamanpaya que es la división de Nor y Sud Yungas y la parte más alta está en la zona montañosa que está entre los 2.700 y 3.800 m.s.n.m. de la parte del municipio de Coroico y de 1.892 hasta 3.722 m.s.n.m. en el Municipio de Coripata (cerro Pekhekara)

La altitud promedio del municipio de Coroico es 1.782 m.s.n.m y de Coripata a unos 1.500 m.s.n.m.

4.3.2. Topografía y Relieve

El relieve y topografía de los Yungas es bastante irregular y accidentada, es una región montañosa y escarpada, siendo su característica principal las cuencas profundas, quebradas pronunciadas y montañas de gran elevación con pendientes empinadas y moderadas.

Nor Yungas presenta por un lado un paisaje de relieve montañoso con pendientes considerables de alto a moderadamente bajo, con cimas redondeados y alineados, conformando serranías, pendientes inclinadas a moderadamente escarpadas, disección de moderada a fuertemente disectadas y moderadas en sedimentitas; pero también cuenta con paisaje de serranías altas subparalelas, cimas agudas , recortados por valles angostos y profundos, donde se destacan algunas pequeñas terrazas aluviales, la cubierta es el de bosque denso.

La zona geomorfológicamente es inestable, susceptible a una rápida degradación al ser removida la vegetación esto es una característica de la región en general por lo

que cuenta con un cinturón verde relativamente estrecho que se desarrolla a lo largo de la vertiente oriental protegiendo de la erosión.

4.3.3. Pisos Ecológicos

De acuerdo a la clasificación del Mapa Ecológico de Bolivia, la región se caracteriza principalmente por presentar el piso ecológico denominado “Bosque Húmedo Subtropical” conocido también como Yungas y Faja Subandina, presentando un área ecológica muy variada, con existencia de paisajes predominantes de terrazas altas disectadas, colinas, valles y pendientes inclinadas, donde se han originado suelos superficiales con distinto grado de pedregosidad, y existiendo una mejor distribución de la precipitación.

La región también se extiende a mayores alturas, donde se presenta el Bosque Húmedo Montano bajo Subtropical que un sector que presenta baja eficiencia térmica y puede sufrir de temperaturas críticamente bajas que ocasionan escarchas, las lluvias son prolongadas anualmente y en lugares expuestos de colinas y cerros, las neblinas son frecuentes y densas, como el caso de la parte de Chuspipata.

En general en la región predominan áreas de climas cálidos, templados y muy húmedos hasta pluviales, combinados con suelos de fuerte relieve y por las elevaciones en las que se encuentran, en las alturas se cubren de nubes o neblinas cuya vegetación natural es de bosque pluvial subtropical, lo que indica que este bioclima es apropiado para cultivos estacionales donde la lluvia es mejor distribuida durante el año.

4.3.4. Clima

Por las características de la región como subtropical presenta un clima agradable de semicálido y húmedo principalmente y no presenta cambios térmicos en la época invernal bien definidos, es semiseco sin estación seca bien definida.

- **Temperatura.-** La temperatura media varía de 16°C a 20°C, con temperaturas máximas de 25 a 28 °C y mínimas de 11 a 16° C. En el año no se presentan variaciones significativas, aunque en invierno se registran temperaturas mínimas y en verano la temperatura máxima media y se considera a los meses de junio y julio como los de menor temperatura y enero y febrero como los meses más calurosos. La temperatura media es de 18,5°C.
- **Precipitaciones Fluviales.-** Los meses de mayor precipitación pluvial esta entre octubre a marzo de cada año y el resto del año presenta menor precipitación, considerándose a los meses más secos a junio y julio, sin embargo debito a la topografía de la región se presenta sectores donde existe mayor precipitación pluvial donde hay presencia de neblinas concentradas en las laderas superiores de las montañas que influyen en el bosque y causan procesos de condensación y captación de agua. A nivel de municipios Coripata presenta menos precipitaciones en el trascurso del año en comparación de Coroico, por lo que los meses secos pueden ser más de dos meses señalados.
- **Humedad Relativa.-** La humedad es característica de la región y los niveles máximos de humedad guardan relación con el grado de precipitaciones pluviales entre los meses de octubre a marzo y en relación a la temperatura que se alcanza.

4.3.5. Suelos

El suelo cuenta con diferentes características por los tipos de conformación que a su vez permiten el desarrollo de diversos tipos de vegetación; la profundidad varía desde los suelos rocosos y degradados que se encuentran en las pendientes más empinadas y escarpadas con una capa vegetal fina en la superficie, descendiendo a suelos más profundos y pedregosos, hasta suelos moderadamente profundos en las laderas, en las cuales la profundidad varía según su grado de inclinación.

También la región cuenta con suelos poco profundos y a menudo pedregosos, en las zonas menos inclinadas y menos erosionadas de las laderas de bajo bosque, donde la acumulación de materia orgánica en la capa superficial puede ser considerable, contiene rica materia orgánica de color oscuro que a su vez cubre un subsuelo de color claro pedregoso – rocoso.

En las laderas o terrazas se cuenta con una capa superficial café oscuro, textura mediana y presencia de arcilla en el subsuelo que hace que exista mayor drenaje de agua, la profundidad aumenta en los lugares de acumulación debido a un deslizamiento gradual de las colinas, gran parte de estos suelos son utilizados para el cultivo de la coca en un sistema de terrazas, presentan derrumbes y han ocasionado una erosión del suelo de las parcelas abandonadas.

El contenido de materia orgánica es variable y depende de la profundidad del suelo, sin embargo, la humedad descompone rápidamente las hojas secas que caen al suelo, formando el humus que fertiliza el suelo y permite el desarrollo de una gran variedad de especies vegetales nativas. Las propiedades químicas del suelo en esta área presentan una diversidad de combinaciones según el sector de análisis, pero también estas combinaciones varían por la presencia o no de cultivos agrícolas.

4.3.6. Flora y Fauna

Las condiciones climáticas y características de los suelos permiten que existan bosques de mediana altura y con alta densidad arbórea; en las partes más altas la vegetación es más baja y en las laderas más bajas el bosque es más alto y presenta una mayor densidad, se cuenta con diferentes especies arbóreas y vegetación nativa. Las diferentes especies de flora que se encuentra en la región se describen en el siguiente cuadro.

Cuadro Nº 7 Principales especies de Flora

Especies de Flora, según su nombre común	Achiote, Ajenjo, Amakari, Ambaibo, Diente de León, Duraznillo, Eucalipto Gordura, Paca, Paico, Paja, Palmito, Amor Seco, AndresHuala, Berro, Borroja, Guayaba Hila Hila, Huir Hurira, Pino, Quina Quina, Romero, Borraja, Cari Cari, Cedro Blanco, Cedrón, Kanapaco, Koa, Kutzú, Ruda, Sábila, SanuSanu, Ceibo, Chiji, Laurel, Llanten, Lugma, SiluSilu, Toronjil, Uña de Gato, Chilca, Chima, Chusi, Malva, Manzanilla, Yerba Buena, Yerba Luisa, Coca, Cola de Caballo, Matico, Nispero, Nogal, Zarza Parrilla, Zarzamora, Nogal, Kolomuni, Ortiga, Matico, SoldaSolda, Charara, Caña Brava, Jankacara, Karallanten, Siquile, Estrella, ChapiChapi, Karalantina, Maurel
---	---

Fuente: Elaboración Propia en base al PDM Coroico – Coripata (2005 – 2010)

En relación a la fauna característica de la región se cuenta con una diversidad de especies silvestres, aunque en muchos casos no en gran cantidad.

Cuadro Nº 8 Principales especies de Fauna

Tipo de Especies	Especies
Mamíferos	Ardilla, Chanco de monte, Jochi, Sari, Venado, Comadreja o Carachupa, Tigresillo, Onza, Tatú, Oso Perezoso, Tejón, Jochi pintado, Mono Silbador, Puma, Jucumari, Mikirina, Pacarana, Taruka, Capibara entre otros.
Aves	Uchi, Kewi, Viloca, Pava, Loro, Águila, Perdiz, Charata, Tucán, Buitre, Tordo, Huayco, Gallinazo, Colomo, Halcón, Paraba Roja, Guacamaya Bandera, Lechuza, Guacharo, Gallitos de Rocas, entre otros.
Reptiles	Víboras, lagartos, iguanas, cascabel, culebra, boa.
Especies	Mauri, Suchi

piscícolas	
------------	--

Fuente: Elaboración Propia en base al PDM Coroico – Coripata (2005 – 2010)

4.3.7. Recursos Forestales

Los recursos forestales se encuentran presente en diferentes lugares de la región, en la parte del bosque húmedo que se caracteriza por estar siempre verde se encuentran las especies como el Cedro Blanco, Nogal, Maurel y Laurel, estos recursos no son explotados intensamente, se encuentra monte adentro donde existe un difícil acceso y los usos son más domésticos.

Entre otras especies de la región está el Duraznillo, Olivo, ColoWillca, Pino, Ceibo y el Árbol de Ajo; en algunos casos se utilizan para carbón el colowillca y al árbol de ajo.

4.3.8. Recursos Hídricos

En la región de los Yungas los recursos hídricos son parte de la cuenca amazónica y sus caudales varían según el período seco o lluvioso. En esta región se originan las nacientes de los ríos que alimentan el Rió Beni, que después desembocan el Rió Madera y es un afluente del Río Amazonas.

Los ríos son relativamente caudalosos, se forman por el deshielo de las montañas de la cordillera andina, por las vertientes y cascadas que surgen en determinados niveles de las montañas de la región, como resultado de la acumulación de agua en estos reservorios naturales; los bosques nublados influyen en el ciclo hidrográfico de la cuenca aumentando la precipitación y regulando el régimen hídrico con recarga de los acuíferos.

Entre los principales ríos que se encuentra en la Provincia Nor Yungas, en el municipio de Coroico destacan el río Coroico, Suapi, Huarinilla, Cedro Mayo, Kelkhata, Santa Bárbara, San Juan y muchos de ellos en épocas de estiaje reducen

en gran medida su caudal pero a pesar de ello son fuentes permanentes; en Coripata tenemos al río Lujahuirá, Jalili, Khacata que forman parte de la cuenca Unduavi y los ríos Perú, Elena, San Cristóbal y San Juan que son parte de la cuenca del río Tamanpaya.

Gran parte de los recursos de agua de ríos, vertiente, lagunas, arroyos y pozos, es utilizado para consumo humano y riego.

4.4. Aspectos Ambientales

El comportamiento ambiental está función a los factores ambientales y los recursos que se cuentan en la zona, al igual que los cambios climáticos y el desarrollo de algunas actividades que determinan algunas afecciones sobre el medio ambiente.

4.4.1. Características de los Factores Ambientales

En los municipios que forman parte de la Provincia Nor Yungas los suelos presentan problemas de erosión eólica e hídrica, debido a la deforestación y falta de cobertura vegetal por un lado y por acumulación de productos no degradables en el caso de los centros poblados. También este proceso se da por pérdida de fertilidad del suelo que es afectada por la topografía donde las pendientes pronunciadas y precipitaciones fuertes hacen que la capa arable pierda sus propiedades.

Otro factor de la erosión del suelo se produce en las áreas destinadas a cultivos de coca que se realiza en diferentes terrenos y una vez abandonados en aquellas zonas no son productivas los suelos quedan erosionados.

En relación al factor aire por las características bioclimáticas de la región no presenta una contaminación ambiental o en algunos casos es mínima. La contaminación se genera principalmente por los chaqueos para habilitación de tierras productivas que se realizan en los meses de junio a agosto.

El agua en la región y en la provincia No Yungas no cuentan con contaminación ambiental alta, en algunos cauces de río que van de las tierras alta a las bajas, en su transcurso tienden a ser contaminados por los animales muertos, basura y descomposición de otros organismos, esto se produce en especial en aquellos ríos cercanos a los centros poblados.

Otro aspecto que merece importancia es el relacionado a los residuos sólidos que se produce en las comunidades más pobladas que producen cantidades de basura doméstica y en muchos casos son desechados en quebradas como botaderos improvisados lo que van contaminado tanto el suelo como el agua.

4.4.2. Riesgos Climáticos

Los riesgos climáticos están ligados principalmente a las épocas de lluvias y de calor que pueden causar según la intensidad sequías o efectos de las precipitaciones.

- **Precipitaciones Pluviales.-** Si bien la región por las características topográficas no sufre de inundaciones como tal, la presencia de lluvias torrenciales provoca pérdida de tierras fértiles por causa de deslizamientos y derrumbes en terrenos de escasa cobertura vegetal y pendientes, generando suelos erosionados. También algunas veces se presenta granizo que afecta la producción agrícola.
- **Sequias.-** Unos de los riesgos climáticos más frecuentes que se produce principalmente en los meses de junio a agosto con efectos negativos en la producción agrícola.

Estas condiciones afectan muchas veces el rendimiento de los cultivos como en el caso de los cítricos, mango, palta y otros, siendo que cuando las precipitaciones fuertes o sequia se presentan en época de floración afecta el brote y por tanto la producción.

4.5. Aspectos Culturales

En relación a los aspectos culturales nos referimos a las características étnicas, idiomas, las creencias religiosas y actividades culturales de la provincia, principalmente en relación a sus 2 municipios.

4.5.1. Identificación Étnica

La población de la región se caracteriza por contar con población con diferentes identificaciones étnicas entre aymaras, afrobolivianos, quechuas y otros, está varía según la localización municipio y comunidad.

De acuerdo a los resultados del CNPV 2012 en el Municipio de Coroico se identifican principalmente como aymaras que representa el 68,35%, quechuas en un 2,80%, afrobolivianos un 3,15%, campesinos un 2,59% y un 4,05% se identifican con otro grupos étnicos culturales, siendo que un 19,07% no responde o no se identifica con ninguna etnia¹².

En el caso de Coripata es conocido como un municipio de con población aymara y afroboliviana, pero en función al Censo 2012, su identificación principal es aymara con el 73,70%, afrobolivianos un 2,07%, quechuas con el 1,57%, campesinos se declaran un 4,37%, esto se debe a que la población afro se considera también de otro grupo étnico de acuerdo a la descendencia y relación familiar¹³.

4.5.2. Idiomas

El idioma que predomina es el castellano seguido del aymara y quechua, pero también es importante considerar que gran parte de la población es bilingüe y habla castellano y aymara a la vez.

¹² De los resultados del Censo 2012 en el municipio de Coroico de un total de habitantes, el 79,03% (15.697 habitantes) se auto identificaron con alguna de las opciones étnicas donde 13.257 habitantes se identificaron como Aymaras y se cuenta con un 19,07% (3.699 habitantes) no se identificaron o no saben.

¹³ En el censo 2012, en el caso del Municipio de Coripata del total de habitantes, el 85,19% (14.423 habitantes) se auto identificaron con alguna de las opciones étnicas donde 12.477 habitantes se identificaron como Aymaras y se cuenta con un 14,80% (2.507 habitantes) no se identificaron o no saben

4.5.3. Religiones y Creencias

La religión predominante es Católica, pero también existe adeptos de la religión evangélica y cristiana.

En relación a las creencias al igual que en diferentes poblaciones de otros municipios y provincias del departamento de La Paz coexisten las creencias de la cultura andina con la visión y costumbres cristianas.

Las actividades festivas y rituales están ligadas a las fiestas patronales y aniversarios en los que destacan esta la celebración del Milagro de la Virgen de Candelaria que se realiza el 20 de octubre en Coroico donde la celebración dura entre 3 días y se realiza diferentes actividades y muchos residentes llegan de visita a la población; y en Coripata la fiesta patronal se realiza el 1 de febrero en honor a la Candelaria. Otras festividades están relacionadas al aniversario departamental, aniversario patrio, 2 de agosto, otras festividades religiosas paganas, entre otras celebraciones que se realizan.

4.5.4. Patrimonio Cultural y Natural

Se cuenta con el Parque Natural y Área Natural de Manejo Integrado Cotapata que es compartido entre el municipio de La Paz y Coroico, es una área protegida de interés nacional, fue creado con D.S. 23547 en 1994, tiene como objetivos centrales la conservación de la biodiversidad y el uso racional de los recursos naturales con miras a mejorar la calidad de vida de la población a través de los beneficios de la conservación y la protección de ecosistemas prístinos y de gran biodiversidad. La zona baja del Área Protegida es parte del Municipio de Coroico y cuenta con diferentes atractivos y diversidad biológica.

También como parte del patrimonio cultural y arqueológico se tiene al Camino del Choro que es una ruta de 70 Km muy conocida para realizar caminatas, cuyo recorrido dura aproximadamente entre unos 3 días el recorrido se emprende desde

la parte de la Cordillera Real de Los Andes, en el que se disfruta del paisaje de diversos pisos ecológicos que se inicia en la Cumbre a 4.670 m.s.n.m. y termina en Chairo a 1.300 m.s.n.m. y es en semana santa donde principalmente se intensifica el recorrido por esta ruta. Este camino pertenece a la ruta pre-hispánica inca, que formaba parte de un intrincado sistema de vías de comunicación construidas para favorecer el control, producción e intercambio de productos como la coca entre los diferentes pisos ecológicos.

4.6. Aspectos Socioeconómicos

4.6.1. Educación

De acuerdo a los PDMs 2005 -2010 de los Municipios de Coroico y Coripata, en la provincia hay un total 12 núcleos educativos y 75 unidades educativas. En Coroico existen 6 núcleos y 39 unidades educativas, de los cuales 7 llegan hasta nivel secundario, 1 es de nivel inicial y 31 llegan hasta nivel primario; también cuenta con el centro de formación de adultos (CETHA) y la “Unidad Académica Campesina Carmen Pampa”, que es parte de la Universidad Católica Boliviana y está situada en la comunidad del mismo nombre, brinda educación superior a la gente joven del área rural, ofreciendo carreras de Ingeniería Agronómica, Enfermería, Medicina Veterinaria y Zootecnia, Ciencias de la Educación a nivel licenciatura; y Turismo Rural a nivel técnico superior

En Coripata existen 6 núcleos y 36 unidades educativas, de los cuales 8 llegan hasta el nivel secundario, 1 es sólo inicial y 27 llegan hasta nivel primario, cuentan a la vez con una unidad educativa privada (Colegio Adventista de Coripata) y un Centro Humanístico de Educación Técnica para Adultos (CETHA)

En relación al grado de educación de la población de la provincia, está presenta diferentes niveles siendo el nivel de educación más alto alcanzado la secundaria con el 44,60% de la población (14.995 habitantes), un 37,00% alcanzó el nivel de

primaria (12.538 habitantes) y un 7,42% de la población alcanzó un nivel de educación superior (2.943 habitantes)¹⁴.

4.6.2. Salud

En la provincia por las características de accesibilidad de los municipios los servicios de salud se realiza a través de dos redes; en el caso de Coroico se tiene la Red de Servicios de Salud del Municipio, el que cuenta con un Hospital General de los Yungas que está en área urbana del municipio y cuenta con 4 postas sanitarias más; en cambio el municipio de Coripata por la comunicación con las comunidades pertenece a la Red de salud de la primera sección municipal de la Provincia Sud Yungas el Municipio de Chulumani y en Coripata se tiene un Hospital, 2 Centros de Salud y 3 postas sanitarias.

Cuadro N° 9 Establecimientos de Salud de la Provincia Nor Yungas

Red de Salud	Establecimiento
Red de Servicios de Salud Municipal Coroico	Hospital General Universitario de Los Yungas – Coroico
	Puesto de Salud de la Comunidad Santa Rosa de Quilo Quilo
	Puesto de Salud de la Comunidad de Challa
	Puesto de Salud de la Comunidad de Pacallo
Red de Servicios de Salud Municipio Chulumani	Puesto de Salud de la Comunidad de Suazi
	Hospital Coripata
	Centro de Salud Arapata
	Centro de Salud Trinidad Pampa
	Posta Sanitaria Santiago Tocarani
	Posta Sanitaria San Juan

¹⁴ Para este porcentaje se consideró los resultados del censo 2012 según nivel más alto de instrucción que aprobó, toma en cuenta a todas las personas cursaron primaria y secundaria y tiene el un nivel superior, pero es importante aclarar que los porcentajes obtenidos se los obtuvo sobre el total de la población en edad de educación o formación que serían una población mayor a los tres años y no se considera la población de 0 a 3 años que son 2.707 personas.

	Posta Sanitaria Milluguaya
--	----------------------------

Fuente: Elaboración propia con base PDM Coroico y Coripata (2005 -2010)

El Hospital de Coroico cuenta con 50 ambientes, 7 consultorios, 40 camas y 2 quirófanos y se constituye en centro de atención más grande ofreciendo servicios de medicina general e interna, ginecología obstetricia, servicio dental, en relación a los puestos de salud estos están destinados a prestar asistencia médica primeros auxilios en las comunidades. En el caso de Coripata el hospital es más pequeño, cuenta con 10 ambientes, 2 consultorios y 7 camas y cuenta con personal médico, enfermería y personal de servicio; los centros de salud se cuenta con médico y auxiliar de enfermería y las postas son atendidas por auxiliares de enfermería.

La población utiliza los servicios de salud que existen en la región principalmente cuando las afecciones son graves y no se pueden recuperar en casa, en muchos casos también la población migra a la Ciudad de La Paz para poder tener atención por especialidad. En la región también prevalece la utilización de la medicina tradicional que está muy enraizada en las costumbres de pobladores, esto debido a la transferencia de conocimientos empíricos que pasan de generación en generación; la cultura aymara permitió mantener los ritos y costumbres que tienen que ver mucho con las curaciones de malestares y está medicina se mantiene debido a los costos bajos en comparación con la medicina convencional y muchas veces es utilizada antes de ir al médico. Del total de la población que tiene algún problema de salud según datos del CNPV 2012 un 22,45% de la población de Coroico y un 16,15% de la población de Coripata acude a la medicina tradicional para curarse de las afecciones que tiene.

Respecto a las enfermedades con mayor prevalencia en la provincia y casusas de mortalidad, están las infecciones respiratorias agudas (IRAs), enfermedades diarreicas agudas (EDAs), anemias y también la atención médica y causa de movilidad es las policontusiones por accidentes de tránsito que se presenta en región.

4.6.3. Servicios Básicos¹⁵

- **Agua y Saneamiento Básico.-** La cobertura y suministro de agua en la provincia, según el CNPV 2012 alcanza a 80,18%¹⁶, y un 19,82% no tiene acceso a agua segura donde su forma de suministro sería de la lluvia, río, vertiente, acequia o del lago; del total de la población de la provincia el 72,40% cuenta con agua por red de cañería en la vivienda o lote. El agua es provista en áreas pobladas por cooperativas que está a cargo del comité de agua de la comunidad.

En el caso específico de la comunidad de Yolosita por su proximidad con la capital del Municipio cuenta con el servicio de agua potable provista por la cooperativa de aguas del sector.

En relación a saneamiento básico la cobertura sólo alcanza al 48,16% (5.960 viviendas), siendo que no tienen este servicio el 51,84% de las viviendas, situación que muestra que la mitad de las viviendas tiene problemas en la provisión de este servicio. De las viviendas que cuentan con algún tipo de saneamiento básico el 46,14% tiene alcantarillado y el 52,18% cuenta con pozo ciego o cámara séptica, en el caso específico de la comunidad de Yolosita aproximadamente el 60% de las viviendas ya cuenta con el servicio de alcantarillado sanitario en sus domicilios, según consultas realizadas a los pobladores de la comunidad.

- **Energía Eléctrica.-** La región de los Yungas cuenta con energía eléctrica que es atendida por la empresa de Servicios de Energía Yungas S.A. (SEYSA). La cobertura del servicio en la provincia llega a un total del 78,68% (9.737 viviendas) y el 21,32% no tiene energía eléctrica, esta situación se debe principalmente en las poblaciones dispersas en la provincia. Del total de viviendas que tienen

¹⁵ La cobertura de los servicios básicos se calculó en base a los datos del CNPV 2012 publicados al mes de julio 2014, el % de cobertura se determinó en base al total de las viviendas ocupadas con habitantes, que es menor al dato de total viviendas por Municipio ya que no toma en cuenta las viviendas abandonadas, en construcción, desocupadas o que temporalmente no ocupan la vivienda al igual que las viviendas colectivas (hoteles, cuarteles, asilos y otros) personas que estaban en tránsito o que viven en la calle)

¹⁶ Correspondería al acceso a agua por red de cañería, pileta pública, pozo noria con bomba, pozo noria sin bomba o carro aguatero, de total de viviendas que respondieron a la pregunta de donde proviene el agua.

energía eléctrica, el 97,46% proviene de la empresa SEYSA y 2,54% proviene de motor, panel solar u otra fuente

La comunidad de Yolosita por su proximidad con la capital del Municipio de Coroico cuenta con una cobertura del 100% en cuanto a la provisión de energía eléctrica administrada por SEYSA

- **Recojo de Basura.-** En la capital de los municipios tanto de Coroico y Coripata el Gobierno Municipal está a cargo del recojo de basura, está es transportada y depositada en lugares cercanos a la población, la basura no se trata y se constituye en foco de infección y contaminación ambiental. En las otras comunidades no se cuenta este servicio y queda a cuenta de cada familia la disposición final de los residuos sólidos que genera botaderos improvisados y/o quema de estos residuos.

De acuerdo al CNPV 2012, un 20,73% de las viviendas que cuentan con servicio de recojo de basura ya sea que dejan la basura en un contenedor público o el servicio pasa por la vivienda para recoger la basura; y un 79,27% no cuenta con este servicio. En el caso de la comunidad de Yolosita este servicio es provisto directamente por el Municipio, donde la población dispone de contenedores públicos donde se almacena la basura domiciliaria hasta el momento en que pasan los camiones de basura a recogerla.

4.6.4. Transporte y Comunicaciones

Para poder llegar a Nor Yungas se cuenta con dos vías de acceso y estas están relacionadas con los dos municipios que son parte de la provincia.

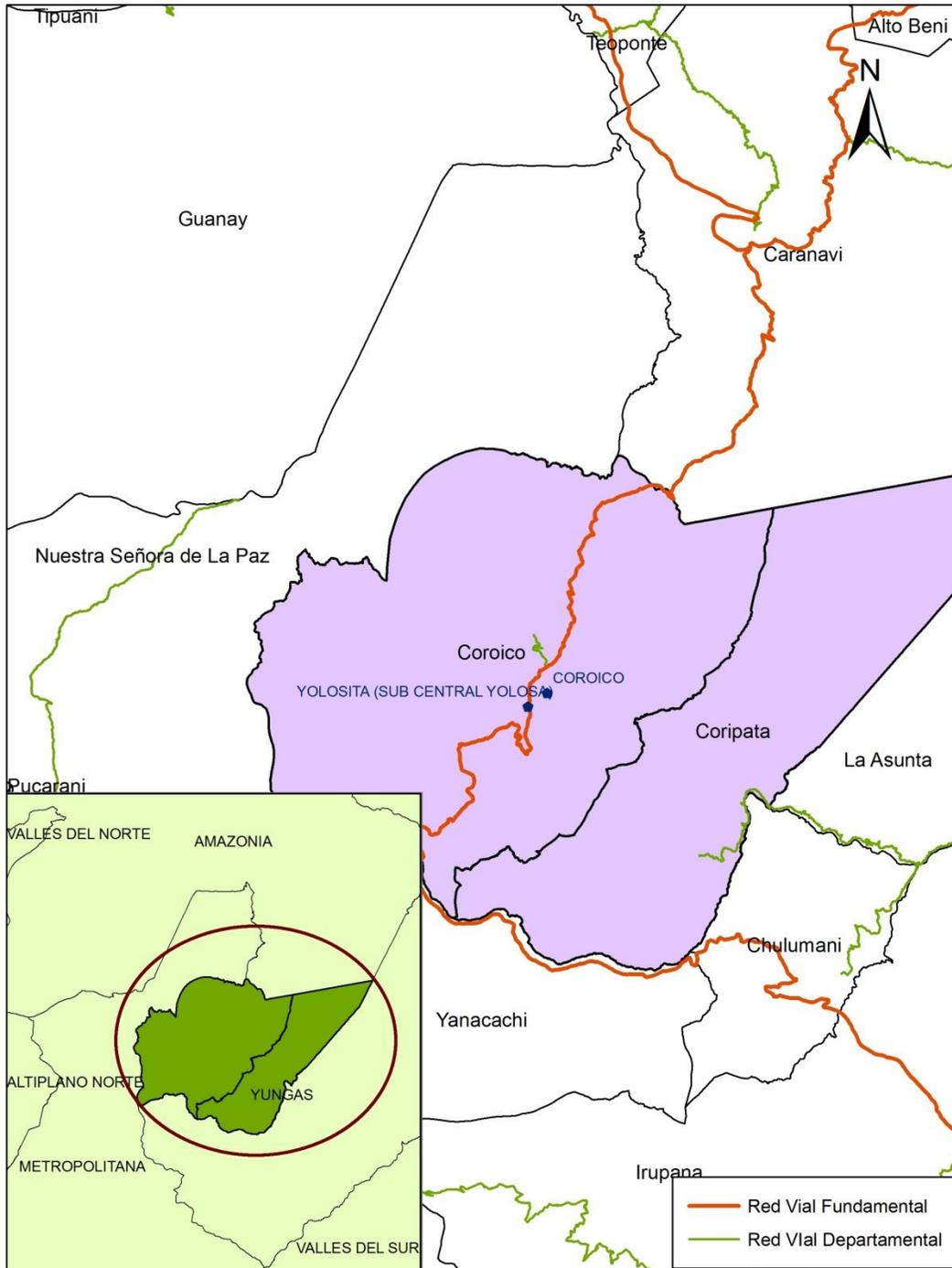
- **Infraestructura Vial.-** La vinculación vial con la provincia se realiza por dos carreteras importantes, la primera que forma parte de la carretera interdepartamental y la vía de integración del Corredor Norte, por el municipio de Coroico y la otra vía de comunicación es por la carretera a sud Yungas hacia el municipio de Coripata.

El Municipio de Coroico se encuentra a una distancia de 97 Km desde la ciudad de la Paz, se comunica por una carretera de La Paz – Coroico que en tramo La Paz – Cotapata está asfaltada y de Yolosita – Coroico el camino es más estrecho y de tierra con empedrado al ingreso a la capital del Municipio, este tramo es relativamente corto con una longitud de 12 km que se recorre en un tiempo promedio de 15 a 20 minutos

En el caso de municipio de Coripata la comunicación vial principal es por la carretera a Sud Yungas por los tramos La Paz – Puente Villa – Coripata que es principalmente camino de ripio, la distancia es de 116 Km desde la ciudad de La Paz; el municipio se comunica también se comunica la carretera al norte por los tramos La Paz – Coroico – Arrapata – Coripata que involucra una mayor distancia (133 Km) y de Coroico – Coripata el camino es de ripio. Los caminos intercomunales son de tierra.¹⁷

¹⁷ SEDCAM, Servicios departamentales de caminos .

Mapa N°2 Vías de Comunicación con la Provincia Nor Yungas



Fuente: Elaboración Propia en base a mapas del Proyecto de PDOT del Departamento de La Paz.

Los principales tramos de la infraestructura vial se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro N°10 Principales Tramos Camineros

Municipios	Tramo	Distancia en km	Tipo de Rodadura
Coroico	La Paz – Coroico	97	Asfaltado, ingreso de Ripio
	Coroico – Pacollo – V. Esmeralda	30	Tierra
	Coroico – Arapata	20	Tierra
	Coroico- Mururata-Suapi-Quilo Quilo	58	Tierra
Coripata	La Paz – Unduavi	116	Asfaltada
	Unduavi – Puente Villa		Tierra
	Puente Villa – Coripata		Tierra
	La Paz – Coroico	133	Asfaltada
	Coroico – Arapata		Tierra
	Arapata– Coripata		Tierra
	Coripata - Cieneguillas	18	Tierra
	Coripata –Trinidad Pampa	19	Tierra
	Coripata-Anacuri-San Juan-Centro Tocaróni-Centro Conchitas-Conchita Chico	52	Tierra

Fuente: Elaboración Propia en Base a datos del PDM de Coroico y Coripata (2005 – 2010)

En relación al estado y la accesibilidad de la ruta al norte que conecta al municipio de Coroico la carretera se encuentra en buen estado y es estable considerando es asfaltada, cuenta con mantenimiento, sin embargo existen zonas inestables por las condiciones topográficas de la región, en el caso en de la carretera a sud yungas que

conecta al municipio de Coripata en la época de lluvias la transitabilidad se dificulta por el mal estado de los caminos y las zonas inestables, considerando que existe derrumbes y pérdida de plataforma. La comunicación con las comunidades es regular por el rápido deterioro de los caminos por el tráfico vehicular y se dificulta más en época de lluvias. En la época seca la transitabilidad es más estable, pero aún requieren de mantenimiento.

Un aspecto que llama la atención al flujo turístico, especialmente extranjero en la región son las condiciones de las rutas de acceso, al igual que la topografía, condiciones físicas y naturales de la región, lo que se constituye en la base para promover y potenciar el turismo de aventura. Es así que actualmente el camino de la muerte que es la antigua ruta a Coroico es una la rutas que capta importante flujo turístico a la región.

- **Medios de Transporte.-** Se cuenta con transporte público interprovincial y pesado que parte desde la ciudad de La Paz a los dos Municipios de la Provincia, el transporte interprovincial sale de la zona de Villa Fátima de la terminal de buses a los Yungas como de las antiguas paradas zona.

Coroico cuenta con 4 empresas de transporte que hacen el recorrido La Paz – Coroico, que pasan necesariamente por la comunidad de Yolosita con salidas diarias en diferentes horarios, los vehículos son principalmente minivanes, minibuses y buses coaster que transportan de 7, 14 y 21 pasajeros respectivamente, las empresas que realizan es servicio son TOUR Bus Totai, Coroico Tours, Yungueña, Tunki Tours. Siendo este municipio de mayor afluencia de turismo, las empresas transportan en temporada alta un 30% de turistas extranjeros y 70% entre pasajeros locales y turistas nacionales.

En Coripata se cuenta con servicio de transporte de flotas y camiones de la Ciudad de La Paz principalmente y que pasa por las comunidades del municipio, la frecuencia de transporte es regular y en algunas comunidades está determinado por el flujo de movilidad de la población; los sindicatos que ingresan son el Sindicato de

Transporte 16 de julio y Veloz del Norte, pero también a algunas comunidades que colindan con Sud Yungas utilizan transporte de flotas a esta provincia por la cercanía de la comunidades. Los horarios y frecuencias de transporte se mantiene, sólo en época de lluvias resulta más difícil el tránsito y comunicación con el municipio.

Cuadro N°11 Servicios de Transporte

Municipios	Sindicato	Tipo de Vehículo	Frecuencia de salidas
Coroico	TourBusTotaí	Minibus, Coasters y Minivans	Todos los días en diferentes horarios
	CoroicoTours	Minivas y Minibus	Todos los días en diferentes horarios
	Yungueña	Minibus	Todos los días en diferentes horarios
	Tunkitours	Minivas y Minibus	Todos los días en diferentes horarios
Coripata	16 de Julio	Flotas	Todos los días en diferentes horarios
	Veloz del Norte	Flotas	Todos los días en diferentes horarios
	Sindicatos a Asunta	Flotas	Todos los días en diferentes horarios

Fuente: Elaboración Propia en Base a datos del PDM de Coripata 2005 – 2010 y Situación del Municipio de Coroico desde la óptica de los actores del desarrollo turístico local

- **Telecomunicaciones.-** El CNPV 2012 establece una cobertura de telefonía fija y/o móvil de sólo el 58,99 que en gran parte depende de la telefonía móvil y aún en varias viviendas de las comunidades todavía no cuentan con este servicio porque no hay señal de telefonía móvil; la cobertura de internet apenas es de 1,81% este servicio existe principalmente en el centro urbano de los municipios.

En relación a la telefonía móvil la mayor cobertura en la provincia es de ENTEL S.A., también se cuenta con servicio de las empresas de TIGO y VIVA y en el área urbana se cuenta con telefonía fija de COTEL

Las comunidades se informan principalmente por radios locales y la más representativa en la región es Radio Yungas, pero también llega la emisión de radioemisoras como ERBOL, Panamericana, FIDES, entre otras, en la capital de los municipios cuentan con servicio de televisión a través de la repetidora de la Alcaldía y en las comunidades este servicio lo tiene las familias que cuentan con una antena satelital propia.

4.6.5. Pobreza

De acuerdo a los datos del CNPV 2012, respecto a la población censada nivel municipal, en Coroico sólo 4,53% contaba con necesidades básicas satisfechas, el 19,90% de la población se encontraba en el umbral de pobreza población con grado de pobreza era el 75,57% (55,50% con pobreza moderada, 18,20% en indigencia y 1,87 en marginalidad). En el caso de Coripata un 11,18% de la población esta con necesidades básicas satisfechas y un 88,82% presenta grados de pobreza (74,13% con pobreza moderada, 14,64% en indigencia y 0,04% en marginalidad).

En relación al Índice de Desarrollo Humano (IDH) que se mide entre un rango de 0 a 1, cuando el índice es mayor a 0.8 se considera que se tiene un nivel de vida superior, está con IDH medio cuando el índice esta entre 0.5 y 0.8; y se tiene un nivel bajo cuando el índice es menor a 0.5. En el caso del Municipio de Coroico el valor del IDH 2005 es de 0.627 y Coripata con 0,598, ubicándose en el grupo de los municipios que tienen nivel medio de desarrollo humano a nivel nacional y estando en los puestos 89 y 134 de los 327 municipios, en ambos municipios existe un

aumento del IDH respecto al 2001, en 0,021 puntos en caso de Coroico y 0,014 puntos en Coripata.¹⁸

4.6.6. Nivel de Ingresos

En relación a la generación de ingresos familiares, éstos provienen de las principales actividades económicas propias de la región como la agricultura, ganadería, avicultura y comercio; y en caso de Coroico se cuenta también con los ingresos generados por la actividad turística.

Gran parte de las familias generan ingresos por la producción y venta coca, frutales y café en relación a la actividad agrícola, otra fuente de ingresos importantes es por la producción avícola y porcina, esta situación es más marcada en el municipio de Coripata que Coroico que tiene además de la actividad agropecuaria como fuente de ingresos a las actividades ligadas a turismo (hotelería, restaurants, transporte y comercio).

Los ingresos que se generan por la actividad agrícola depende la época de cosecha de la producción y la oferta y demanda en el mercado, la coca es el producto que más ingresos familiares al año genera, obteniéndose entre 3 a 4 cosechas por año, la época de mayor oferta es los meses de Febrero a Marzo, Junio a Julio y Septiembre a Diciembre, con los cítricos las épocas de cosecha esta entre Junio a Agosto y el café en las épocas de Abril a Septiembre y el mango en las épocas de Diciembre a Febrero; estos productos se comercializan en la región y en la ciudad de La Paz, así también existe el comercio de otros productos que se realiza más al interior del municipio como yuca, choclo y plátanos.

En el caso de los productos avícolas la comercialización se realiza en los mercados de la ciudad de La Paz y en la región, en el caso de los productos porcinos son comercializados principalmente al interior del municipio y la región y sólo en fechas de fin de año se comercializa en pequeñas cantidades en la ciudad de La Paz.

¹⁸ Los datos de IDH están en función a los Datos publicados por INE, en los cuadros de Pobreza, Índice de Desarrollo Humano.

La actividad turística genera ingresos a lo largo del año, pero aún no se ha desarrollado en su totalidad pese a las características únicas de la región y el potencial que tiene para turismo de aventura, el municipio de Coroico actualmente cuenta con ingresos por las actividades relacionadas a este sector, por el flujo turístico extranjero y nacional y los principales ingresos se dan por el servicio de transporte, la venta de alimentos, los servicios de hospedaje, venta de suvenirs y comercialización de productos locales, y es un sector importante para la generación de empleo en el área urbana del municipio.

Otra actividad de gran importancia y se constituye una fuente generadora de ingresos económicos y de trabajo es el comercio de productos y artículos del lugar y los que son llevados desde la ciudad la Paz o el interior que están principalmente relacionado a artículos de vestir, construcción y de alimentación.

4.6.7. Empleo

La población censada en provincia en 2012 es 36.862 Hab., de este total la población en edad de trabajar alcanza a 29.460 habitantes, donde la Población Económicamente Activa (PEA) llega 22.654 habitantes y la población económicamente inactiva (PEI) son 6.806 habitantes.

De la población económicamente activa, el 99,75% se encuentra ocupada (22.598 personas) y se cuenta con una tasa de desempleo en el municipio del 0,25%¹⁹ es significa que la mayor parte de la PEA realiza alguna actividad principalmente propia o como empleados; por otro lado según los datos del CNPV 2012 se muestra que la relación de dependencia es 23,10% que considera la cantidad de la población en la categoría inactiva del total de las personas en edad de trabajar.

¹⁹ La tasa de desempleo considera a la población cesante y la población aspirante en relación al total de la población económicamente activa

Del total de la población ocupada, son trabajadores por cuenta propia un 70,33%, lo cual se contrasta con la región pues la mayoría de las familias del municipio se dedican a actividades de agricultura y/o ganadería; un 12,74% es empleado con número importante de personas que se dedican a actividades relacionadas a turismo principalmente en Municipio de Coroico, un 2,31% está ocupado como trabajador familias o aprendiz sin remuneración, un 12,50% no especifica su actividad y el resto de la población en un porcentaje mínimo se dedica a ser empleador, empleada del hogar o cooperativista.

Cuadro Nº12 Población Según Grupo Ocupacional Ocupada

Ocupación	Nro. de Personas	%
Trabajadora(or) por cuenta propia	15.894	70,33%
Obrera(o) / Empleada(o)	2.880	12,74%
Empleadora(or) / Socia(o)	357	1,58%
Trabajadora(or) familiar o aprendiz sin remuneración	523	2,31%
Trabajadora(or) del hogar	67	0,30%
Cooperativista de producción / Servicios	53	0,23%
Sin especificar	2.824	12,50%
Total Población Ocupada	22.598	100,00%

Fuente: Elaboración Propia en Base a datos del CNPV 2012

En relación a otros indicadores de empleo tenemos a la tasa global de participación que muestra el porcentaje de personas que trabaja o busca trabajo activamente del total de la oferta laboral potencial (personas en edad de trabajar) que es 76,90%.

4.6.8. Uso Actual de la Tierra

En la provincia el uso actual de la tierra está destinado al desarrollo de actividades principalmente relacionadas a la agricultura. Las propiedades de los agricultores son de diferentes tamaños, estas varían en función al área topográfica y las mismas están distribuidas según el uso al cual ellos destinan; debido al continuo parcelamiento de las tierras cultivadas y la habilitación de terrenos para la producción agrícola, se advierte que estas superficies en la mayoría de las comunidades son cada vez menores, considerando que no toda la superficie de tierra es cultivable, como en el caso de Coripata el 41,33% de la superficie es cultivable, un 19,08% es terreno de descanso o forestal y un 31,59 no son aptos para cultivos. En Coroico de las propiedades familiares en el área rural sólo un 37,5% es cultivable, el resto es tierras de descanso, monte o área forestal y suelos no cultivables²⁰.

La tenencia de la tierra con relación a la superficie y población, es principalmente de carácter familiar repartidas a nivel de parcelas, pero también existe la propiedad comunal que están destinadas a escuelas, campos deportivos, iglesias, producción agrícola y otros usos. Un fenómeno que se presenta en esta región, es que estas propiedades familiares se han valorado por el cultivo de la Coca y muchas veces más allá de tenerlas por dotación o herencia son adquiridas por medio de la compra y venta y en muchos casos por migrantes de otras regiones que se dedican a la actividad agrícola como de cultivo de hoja de coca. El tamaño de la propiedad rural familiar en promedio esta en 4,06 ha en Coripata y de 7,2 ha en Coroico.

En los centros poblados como en la capital de los municipios se presenta la propiedad privada, cuyos lotes de terreno no tienen gran extensión y se utilizan más como vivienda o para el desarrollo de actividades comerciales.

4.6.9. Principales Actividades Económicas

²⁰Datos según el PDM de Coripata 2005-2010 y PDM Coroico 2005-2010

La agricultura es la base económica de las familias en la región, la que se complementa con actividades de ganadería, comercio y otras actividades relacionadas al turismo.

- **Agricultura.-** La producción agrícola se realiza de forma tradicional por las condiciones topográficas de la región, son intensivas en mano de obra que proviene de la familia o contratación de jornaleros para la preparación de la tierra, siembra, deshierbe, poda, cosecha entre otras actividades, siendo nula la utilización maquinaria agrícola, las semillas que se utilizan son propias de la zona y se obtienen de sus cosechas anteriores, las herramientas utilizadas son chontas, azadones, machetes, hachas, picotas fumigadoras entre otras.

Gran parte de la producción es a secano donde se aprovecha las condiciones climáticas existentes y en la fertilización de los suelos se utiliza abonos y otros productos químicos principalmente para el cultivo de coca que a largo plazo van deteriorando los suelos; estas características genera mayor trabajo laboral, mayores costos y menor rendimiento de los cultivos.

El calendario agrícola varía en función a los cultivos, así la preparación, siembra y cosecha se realiza de acuerdo al ciclo vegetativo de cada cultivo y también en función de las épocas de siembra y cosecha.

Las principales actividades agrícolas están relacionadas al cultivo de coca, café y cítricos que son cultivos tradicionales de la región y en base a éstos se organiza el espacio agrícola familiar, que no es igual en todas las unidades territoriales.

La coca abarca las mayores superficies de cultivo en las diferentes comunidades y con mayor influencia en el municipio de Coripata; es parte fundamental de la economía campesina, la mayor parte de la producción de destina a la comercialización que se realiza principalmente en la ciudad de La Paz y otra porción es para el autoconsumo.

El cultivo de café es propia de la región y se constituye en otra fuente de ingresos, sin embargo en los últimos años la producción bajo considerablemente y en muchos casos las parcelas de café fueron reemplazadas por cultivos de coca, esto se debió a la presencia de enfermedades como la broca y el minador afectaron a la gran parte de los cultivos y que no se pudieron controlar por falta de asistencia técnica; otro factor que influyó en el cultivo de café fueron los precios por quintal que disminuyeron y tiende a varían de año a año, lo cual no hace sostenible su producción pues no se cuenta con extensiones grandes de cultivo.

Los Frutales, son otra producción importante de la región donde existe una variedad entre cítricos, mangos, plátanos y otros que son parte de las parcelas familiares, ya sea para generación de ingresos o para autoconsumo. Los productos que más se comercializan son los cítricos y su época principal de producción es de junio a agosto, el mercado es la ciudad de La Paz; los otros frutales no se comercializan en grandes cantidad o si se lo hace es más al interior de la región como el caso del mango que por los precios y la dificultad de sacarlos al mercado siendo que es una fruta delicada, no se saca grandes cantidades al mercado de La Paz y se vende más al interior de la región.

Entre otros productos agrícolas que se producen está el maíz, yuca, palta, racacha, maracuyá, hortalizas y legumbres que son más para consumo familiar y venta interna.

- **Ganadería.**-La actividad pecuaria se constituye en una actividad muy poco desarrollada por las condiciones físicas de la región que no permite la crianza de ganado mayor como el vacuno y ovino. Se desarrolla la avicultura con la producción de pollos parrilleros y de huevos que ha incrementado significativamente en los últimos años, principalmente en el municipio de Coroico donde gran parte de la producción se destina a la venta en los mercados de la ciudad de La Paz, en cambio en el municipio de Coripata la

crianza de pollos es más para consumo de la familia y a veces se comercializa a nivel interno del municipio. Actualmente en Coroico la producción anual de pollos parrilleros llega a 508.200 unidades (pollos), en tanto que la de gallinas ponedoras registra un total 720.000 huevos por año. En el caso de la producción de cerdos de granja, se registra un total de 487 cabezas anuales. El engorde de bovino representa una cantidad mucho menos, siendo el promedio anual de 250 cabezas”. (Instituto de Ecología, Situación del Municipio de Coroico desde la Óptica de los Actores del Desarrollo Turístico Local, Pág. 22).

También se cuenta con la producción porcina que se comercializa más a nivel interno y en a veces en fin de año en la ciudad de La Paz y entre otro tipo de crianza de animales esta los conejos y patos para autoconsumo y mulas y burros para apoyar las actividades agrícolas.

- **Comercio.**- El comercio está relacionado a dos formas: 1) Comercio de la producción de la región que se destina a la venta en la ciudad de La Paz (coca, café, cítricos, producción avícola principalmente) y a nivel interno dentro de la provincia (maíz, hortalizas, carne porcina entre otros) 2) Comercio de Productos provenientes de la ciudad de La Paz y del interior país (materiales de construcción, alimentos, ropa, artículos del hogar entre otros) que son comercializados principalmente en ferias locales.

Las ferias y mercados principales de la provincia son la Ciudad de La Paz donde el principal punto de comercio es en la Asociación de Productores de Coca (ADEPCOCA) donde se comercializa la hoja de coca, en relación a cítricos los mercados son en la zona el Tejar y el Tambo de la zona el Gran Poder; se cuenta otros mercados internos que son Coroico, Coripata y Chulumani y los productos se comercializa en las ferias de fin de semana donde las comunidades se trasladan a estos puntos poblados para abastecerse de alimentos y otros artículos.

- **Minería.-** La provincia cuenta con recursos minerales como oro, plata, piedra loza, galena; la población no se dedica a esta actividad porque no cuentan con las condiciones para explotación como maquinaria y no tiene experiencia en el sector, existen algunos yacimientos como de oro que son explotados en algunas comunidades por parte de empresas privadas o pequeñas cooperativas, esto principalmente en el municipio de Coroico.
- **Actividad Turística.-** La región de los Yungas es uno de los centros turísticos importantes del departamento de La Paz, en la provincia Nor Yungas por ejemplo se consolidó el producto de turismo de aventura con el Camino de la Muerte donde se presenta un flujo importante de turistas extranjeros a la región y principalmente al Municipio de Coroico donde se cuenta con el desarrollo de servicios turísticos.

La existencia de la belleza paisajista, además de atractivos culturales, naturales y ecológicos, hace que la región tenga gran potencial turístico en especial para actividades de aventura. El detalle de la actual actividad turística, los servicios y condiciones de la región se analizan en un acápite específico más adelante.

4.7. Aspectos Organizativos

La Provincia Nor Yungas presenta diferentes estructuras organizacionales a nivel seccional, distrital, comunal e intercomunal, también se tiene a las instituciones públicas a nivel provincial y municipal, como otras organizaciones de orden privado.

A nivel local la organización de base comunitaria se basa en los sindicatos agrarios que agrupa a los propietarios de las parcelas y estos a la vez conforman las subcentrales y centrales que responden a la denominada Confederación Sindical Única de Trabajadores Campesinos de la Provincia Nor Yungas (CSUTCPNY) hasta llegar a la conformación de organización social a nivel nacional. Los sindicatos velan por los intereses de sus afiliados y es la representación orgánica a nivel local;

poseen una estructura organizativa con diferentes carteras siendo la más importante el Secretario General con gestión anual, después están los secretarios de relaciones, hacienda, actas entre otros, las reuniones son programadas cada cierto tiempo de manera fija, pudiendo convocar a los afiliados en cualquier momento para que se concentren si es que existiera alguna urgencia.

A nivel público se cuenta con la subgobernación, las direcciones distritales de educación y servicios de salud, los Gobiernos Autónomos Municipales de Coroico y Coripata que se constituyen en las máxima entidad administrativa a nivel municipal, la Dirección del Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Cotapata, la Policía Nacional, entre otras instituciones.

Cuadro N°13 Aspectos Organizativos

Instituciones Públicas	Cobertura	Rol
Gobierno Autónomo Municipal de Coroico	Municipal	Implementación de Políticas Públicas a nivel local
Gobierno Autónomo Municipal de Coripata	Municipal	Implementación de Políticas Públicas a nivel local
Policía Nacional	Municipal	Velar por las seguridad local
Mancomunidad de Municipios de los Yungas de La Paz	Regional	Diversificar la base económica productiva
Dirección del Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Cotapata	Regional	Conservación de la biodiversidad y el uso racional de los recursos naturales dentro el Área protegida.
Dirección Distrital de Educación	Provincial	Controla los núcleos escolares y las escuelas que están a su cargo
Servicio de la Red de Salud	Provincial	Velar por salud de la población
Organizaciones Sociales	Cobertura	Rol

Sindicatos Agrarios	Local	Velar por los intereses de los afiliados
Confederación Sindical Única de Trabajadores Campesinos de la Provincia Nor Yungas	Provincial	Agrupar a los sindicatos agrarios locales
Sindicato de Transportes "16 de Julio" y "Veloz del Norte":	Provincial – regional	Velar por sus afiliados
Federación de Maestros Rurales	Departamental	Defensa e intereses sectoriales
Sindicato de Transporte	Rural - Provincial	Intereses del sector
Juntas Escolares	Comunal	Control de las actividades educativas
Junta de Vecinos	Urbana	Gestión de la atención de la población urbana
Club Deportivos	Comunal	Apoyo e incentivo al deporte comunal
Comité de Vigilancia	Municipal	Control Social dentro del Municipio, controlando la buena distribución de los recursos.
Comité Cívico	Municipal	Resguarda y media los intereses del desarrollo del pueblo ante las instituciones estatales y de la sociedad global
Otras Organizaciones	Cobertura	Rol
Cámara Hotelera	Municipal	Orienta sus actividades a brindar servicios de hotelería municipal
Cooperativa de Café	Provincial	Comercialización de este producto
Asociación de Guías	Municipal (Coroico)	Promocionar y promover el turismo

Fuente: Elaboración Propia en base al PDM Coroico y Coripata (2005 – 2010)
Entre otras instituciones presentes están la Iglesia Católica, Iglesia Evangélica, organizaciones de mujeres, empresa de electricidad SEYSA, instituciones financieras (Banco Unión, Fie, Cooperativas de ahorro y créditos San Bartolomé y Santiago de Coripata, Prodem, Crecer, ANED, entre otros).

4.8. Situación del Turismo en la Región

4.8.1. Aspectos generales de la oferta y rutas turísticas

El desarrollo de la actividad turística específicamente en el municipio de Coroico ha crecido en razón de 10% con referencia de un año a otro durante los últimos 10 años, convirtiéndose por Ley 2074 Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia el primer municipio turístico del país contando con una gama amplia de servicios de transporte, hospedaje, comunicación, alimentación, recreación y últimamente posicionado como destino para el desarrollo de actividades extremas donde el turista es el principal protagonista.

La **oferta turística actual** está formada por tres productos: **descanso y recreación en la naturaleza**, dirigido esencialmente al descanso y visitas cortas y cercanas a poblaciones como Coroico, Coripata realizadas por un mercado nacional, regional y europeo; **aventura**, con actividades de caminatas o trekking por los caminos prehispánicos del Choro, Takesi, Yunga Cruz, Camino del Oro entre los principales realizado por el mercado nacional y europeo y **aventura extrema**, el conocido descenso en bicicletas o mountainbiking por el camino de la muerte, canoning, canoping, rapel, ala delta, parapente, puenting entre algunas actividades que se están desarrollando y están logrando posicionar a los Yungas como la región donde se realizan y practican deportes extremos.²¹

4.8.2. Atractivos y Recursos Turísticos

²¹ Datos según el PDM de Coroico 2005 - 2010

Los atractivos turísticos de uso actual para estos productos identificados son los que se describen a continuación:

Cuadro Nº14 Principales atractivos turísticos de la región

Atractivo	Tipo	Descripción
Producción de coca	Realizaciones técnicas científicas Explotaciones agropecuarias Centros de población	El centro poblado de Coripata se caracterizada por ser la zona tradicional productora de la Hoja Sagrada de los Andes
Río Tamanpaya	Sitios Naturales Ríos y caídas de agua Riachuelo o Arroyo	Río principal de la región que desemboca en el río Beni y Madre de Dios, importante para la poblaciones asentadas a su ribera por los recursos hídricos y paisajes que forma en su recorrido
Camino de la muerte	Sitios Naturales Caminos y senderos pintorescos Caminos pintorescos	Camino con una longitud de 28 Km. Y 7 m. de ancho, construida por los prisioneros paraguayos durante el conflicto bélico entre Bolivia y Paraguay
Camino prehispánico el Choro	Sitios naturales Caminos y senderos pintorescos Caminos prehispánicos	Inicia en la cumbre d ela Cordillera Real hasta llegar a la población del Chairo, 65 Km. De longitud, este camino formo parte del complejo vial de comunicación del imperio Tiahuanaco
Cerro Uchumachi	Sitios Naturales Montañas y cordilleras	Ubicado a 6Km. De Coroico es una formación geológica natural de más

Atractivo	Tipo	Descripción
	Miradores naturales	de 500 m de altura
Población de Coroico	Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico Asentamientos Humanos y cultura viva Centros poblados y ciudades	Población de origen prehispánico donde sus primeros habitantes se dedicaban a la agricultura y minería, hoy considerado el primer municipio turístico de Bolivia, lugar apto para para el senderismo, bicicleta de montaña, registro de fotografías, observación de flora y fauna, kayaking y rafting
Ecovía Chuspipata – Chovacollo	Sitios Naturales Caminos y senderos pintorescos Sendas peatonales	Ruta ecológica con una longitud de 63 Km. Que inicia en Chuspipata y finaliza en Coroico
Pozas del Vagante	Sitios Naturales Ríos y caídas de agua Riberas	Distante a 10 Km de Coroico, ubicada entre quebradas de piedra, arena fina y exuberante vegetación
Saya Afroboliviana	Etnografía y Folklore Folklore Espiritual Danzas y Bailes	Movimiento que se remonta a la década de los años 80, declarado patrimonio Cultural e Intangible del Departamento de La Paz
Las Cascadas	Sitios Naturales Ríos y caídas de agua Cascadas, cataratas, saltos	Conjunto compuesto por las cascadas de Cochuma, San Feliz y San Jacinto con más de 8 m. de altura que forman en su base pequeñas pozas de aguas cristalinas de desembocan en el río Coroico
Río Coroico	Sitios Naturales Ríos y caídas de agua	Rio rodeado de montañas, serranías y las denominadas torres

Atractivo	Tipo	Descripción
	Riberas	de agua, afluentes que integran una red de 30 rápidos aptos para actividades de rafting, kayaking y natación
Río Huarinilla	Sitios Naturales Ríos y caídas de agua Riberas	A 27 Km. De Coroico atraviesa el Área Protegida Cotapata, en su trayecto alimenta cultivos, barbechos y zonas de descanso formando ecosistemas dinámicos
Río Santa Bárbara	Sitios Naturales Ríos y caídas de agua Riberas	Corriente de agua de 60 Km. De longitud, fluye paralela a la carretera Cotapata – Santa Bárbara y es parte del Área de amortiguamiento del parque Nacional Cotapata
Formación Geológica SupayPunku	Sitios Naturales Formaciones geológicas paleontológicas Formaciones rocosas	A 49 Km. De Coroico, pared rocosa parecida a una puerta, que proviene del quechua y significa la puerta del diablo o la entrada a las entrañas de la tierra donde vive el diablo
Población de Tocaña	Patrimonio Urbano Arquitectónico y Artístico Asentamientos Humanos y Cultura viva Centros poblados y ciudades	Comunidad compuesta por habitantes afrobolivianos, conocida por ser la cuna de la danza de la Saya

Fuente: Inventario de Atractivos Turísticos del Departamento de Las Paz, Gobierno Autónomo Departamental de La Paz, 2012

4.8.3. Servicios Turísticos

Con referencia a los **servicios turísticos** estos son óptimos a regulares en los principales centros poblados de Coroico, Coripata y alrededores, ofreciendo hospedaje, alimentación, recreación, visitas guiadas, seguridad y hospitalidad.

Según el “Estudio Situación del municipio de Coroico desde la óptica de los actores del desarrollo turístico local” de los establecimientos de hospedaje, los hoteles tiene en promedio 4 empleados fijos, las hostales 2 empleados y los alojamientos 1 personal fijo.

Los servicios de hospedaje se encuentran principalmente en el municipio de Coroico, son de diferentes categorías, con un total de 53 establecimientos y 512 unidades habitacionales y 1.779 camas; del total de establecimientos sólo once establecimientos que funcionan con la licencia correspondiente emitida por la Unidad de Turismo de la Gobernación; brindan servicios acorde a las categorías obtenidas, los servicios pueden ir desde 5 estrellas en establecimientos como hoteles Gloria, Viejo Molino con habitaciones cómodas, higiénicas, con baño privado y servicio de alimentación incluido con desayuno buffet, hasta en alojamientos donde las condiciones son básicas: habitación compartida con baño compartido por un solo precio.

Cuadro Nº15 Servicios de hospedaje en el Municipio de Coroico

Tipo de Establecimiento	Nro. de Establecimientos	Nro. de Habitaciones	Nro. de Camas
Hoteles	14	320	1.118
Residenciales y Hostales	26	169	558
Alojamientos y Albergues *	13	23	103
Total	53	558	1.779

(*)Existen varios establecimientos de este tipo de establecimiento de los que no se tiene información por lo que los datos de habitaciones y camas sólo de 3 de estos establecimientos.

Fuente: Elaboración Propia en base al estudio “Situación del municipio de Coroico desde la óptica de los actores del desarrollo turístico local” realizado por Instituto de Ecología de la UMSA

Similar situación se puede apreciar en Coripata donde hasta el momento no se ha realizado un relevamiento de información oficial y se tiene información de que existen establecimientos de hospedaje que ofrecen lo básico: habitación compartida y baño compartido.

Según las encuestas y evaluación realizada por el Instituto de Ecología, los turistas extranjeros opinan sobre la calidad de los servicios de alojamiento en un 51,07% como aceptable, el 32,50% dice que es buena, el resto opina que es deficiente y por el servicio de alimentación, el 47,14% indica que es aceptable, el 42,14% opina que es buena, el resto indica que es deficiente. En caso de los turistas nacionales, sobre el servicio de alimentación, el 56% como aceptable, el 35% dice que es buena, el resto opina que es deficiente y por el servicio de alimentación, el 56% indica que es aceptable, el 32% opina que es buena, el resto indica que es deficiente.²²

En el caso de los servicios de alimentación se cuenta con información respecto al municipio de Coroico en el que existen 30 establecimientos de alimentación, con una capacidad de 1.114 personas sentadas, también se cuenta con 7 cafés y dos establecimiento de comida rápida (elaboración de pastas). En cuanto a comida, solamente los restaurantes y el comedor popular tienen las instalaciones adecuadas para recibir turistas. Las pensiones atienden a la población local y visitante.

Cuadro N°16 Servicios de Alimentación en el Municipio de Coroico

Tipo de	Nro. de	Total Sillas
---------	---------	--------------

²²Los resultados se obtuvieron sobre una muestra de 346 turistas extranjeros y 4.065 turistas nacionales.

Establecimiento	Establecimientos	
Restaurants	30	1.114
Comida Rápida	1	-
Cafés *	7	60

(*)La información corresponde a 4 establecimientos de los 7 identificados.

Fuente: Elaboración Propia en base al estudio “Situación del municipio de Coroico desde la óptica de los actores del desarrollo turístico local” realizado por Instituto de Ecología de la UMSA

4.8.4. Demanda Turística

El **flujo turístico** a nivel nacional ha ido creciendo en los últimos años a razón de un 10% lo cual ha motivado las inversiones de nacionales y extranjeros en negocios privados y la creación de emprendimientos turísticos que aglutinan varios servicios. Actualmente no existen estudios reales y actualizados sobre la demanda hacia el Destino Nor Yungas, pero la información disponible muestra que en el año 2010 toda la Región de Yungas y Valles recibió 32.824 visitantes extranjeros y la demanda nacional este cerca a los 40.000 visitantes.²³

Los datos de **estadía** dependen del producto que se compra que oscila entre 1 a 5 días para el mercado internacional, incluyendo actividades de deportes extremos, algunos segmentos compran el biking por la ruta de la muerte que viene a ser el producto de mayor aceptación en mercados internacionales acompañado por segmentos que disfrutan de los deportes de alto riesgo que se están practicando en el municipio. Por otra parte el segmento nacional es el que tiene una tendencia hacia los fines de semana para el descanso y recreación por su cercanía a la ciudad de La Paz con una duración que varía entre 2 a 3 días.

²³Según datos obtenidos del P.D.D.A. 2010 - 2012

Respecto al **gasto turístico** y mediante la información recopilada de la encuesta del gasto turístico define que existe un gasto justificado de Bs. 138 por día que incluye hospedaje, alimentación y algún tipo de actividades recreativas

Se han identificado alrededor de 17 **Agencias u Operadores Turísticos para Nor Yungas**, específicamente que ofrecen actividades de aventura extrema en distintos lugares de la provincia Nor Yungas, específicamente en Coroico y alrededores por contar con servicios básicos y complementarios, con precios que oscilan entre 140 Bs. Y 250 Bs. Dependiendo el tipo de actividad.²⁴

La **ruta utilizada** por las condiciones favorables de transitabilidad los 365 días del año es:

Cuadro Nº17 Transitabilidad

Tramo		Recorrido
La Paz	Unduavi	Km 0 – km 25
Unduavi	Yolosita	Km 25 – km 85
Yolosita	Coroico	Km 85 – km 97
Coroico	Coripata	Km 97 – km 133

Fuente: Elaboración propia en base al S.E.D.C.A.M. Servicio Departamental caminos La Paz 2015

4.8.5. Potencialidades, Limitaciones y Problemática Turística de la Región

4.8.5.1. El potencial turístico de la Región

► Las condiciones de los recursos

Los **valores naturales** más significativos de la región son:

- Camino de la muerte
- El cerro Uchumachi

²⁴ Elaboración propia en base a datos obtenidos del Estudio de Mercado del presente proyecto. (Febrero de 2015)

- Rios, pozas y cascadas
- Caminos pintorescos

El principal producto y consolidado en el mercado internacional, objeto de muchas publicaciones y documentales por su inigualable paisaje y las condiciones en las que se desarrolla el desplazamiento es sin dudas el **camino de la muerte** con el recorrido en bicicletas desde la cumbre hasta la población de Yolosa que aprovecha su posibilidad de desarrollo mejorando las condiciones de carretera y la transitabilidad de vehículos de alto tonelaje para dar paso al biking.

Por su parte entre cerros, ríos, pozas y cascadas éstas son aptas para motivar desplazamientos de nacionales y extranjeros por sus características peculiares de que actividades de pase, excursión cercanos a los centros poblados está dando oportunidad del descanso, recreación y contacto con la naturaleza; sin embargo estos lugares sufren de impactos negativos por la llegada de los turistas porque no se está previendo que a mayor cantidad de personas hay que tomar medidas preventivas para causar menor impacto al ambiente.

El camino del choro y otros cercanos comunican y dan la posibilidad de que los turistas puedan tener experiencias únicas de contacto con la naturaleza y por medio de las caminatas para toma de fotografías, observación de flora y fauna se está logrando que segmentos a nivel nacional e internacional puedan desconectarse de la rutina y tomar conciencia ambiental de la importancia de conservar bosques, paisajes, hábitat o medio ambiente en condiciones de causar un menor impacto.

Con referencia a los **valores culturales** están:

- Producción de coca, cítricos y café
- Saya Afroboliviana
- Poblaciones de Coroico y Coripata

La región Yungas es conocida por ser la más grande productora principalmente de la hoja sagrada “coca” que por sus características peculiares es considerada como un alimento a nivel nacional y donde cada vez las plantaciones de coca han ido creciendo y sustituyendo a los cítricos y el café.

La saya afroboliviana principal movimiento, declarado patrimonio cultural e intangible del departamento transmite su música, alegría y cultura a través de la danza, vestimenta y letra de sus canciones.

Las poblaciones de Coroico y Coripata por su condición de estar metafóricamente en el lugar donde las nubes duermen son las principales poblaciones del municipio que ofrecen naturaleza, paisajismo y todo tipo de servicios que llegan a satisfacer las demandas básicas de los turistas.

4.8.5.2. Limitaciones y Problemática Turística de la Región

Centros poblados al norte de los Yungas han desarrollado una importante actividad turística producto del agradable clima y las condiciones territoriales favorables que tiene donde la naturaleza ha sido y es el factor primordial para el goce y disfrute de estos paradisíacos lugares. Coroico centro poblado y reconocido como primer municipio turístico del país con atractivos naturales (pozas del vagante, cerro Uchumachi, las 7 cascadas, entre otros) y su fiesta patronal celebrada el 20 de Octubre en honor a la Virgen de la Candelaria han sido protagonistas de innumerables elogios sumado a esto el Festival Coroico Internacional celebrado durante 4 años seguidos han hecho de esta población la mas visitada por el mercado local de La Paz en busca de relajamiento, descanso y recreación.²⁵

Coripata población pintoresca, con fuerte presencia de la cultura afroboliviana ha desarrollado emprendimientos relacionados a la producción y comercialización de café, cítricos, etc

²⁵Datos según PDM de Coroico 2005 - 2010

Por sus características paisajísticas, buen clima y contacto con la naturaleza, la región de Nor Yungas se ha posicionado en el mercado nacional e internacional como destinos de NATURALEZA donde poco a poco inversionistas privados han iniciado nuevas alternativas de recreación donde el paisaje es el principal elemento; es así que el Mountain Biking, Canyoning, Rapel, Jumping, ala Delta, Parapente, Rafting, Kayaking, etc. con un toque de adrenalina se hacen presentes en esta región identificándola como un destino de deportes extremos o alto riesgo que aprovechando la naturaleza se realizan por diferentes operadoras de turismo que venden sus servicios generalmente al mercado internacional.

Lo que falta en este aspecto es que estas actividades reflejen el destino Yungas como un destino de naturaleza y deportes extremos aprovechando el paisaje como principal elemento de satisfacer necesidades humanas que cada vez se vuelven más complejas, Todos los esfuerzos se hacen por separado

Cuadro N° 18 Análisis de potencialidades, limitaciones y problemas de la Región de Yungas

Potencialidades	Limitaciones	Problemas
<ul style="list-style-type: none"> - Valores Naturales - Valores Culturales 	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios Turísticos - Productos Turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> - Los servicios turísticos son adecuados, regulares y de calidad básica, solo Coroico dispone de servicios de alojamiento y alimentación de regular a buena calidad - Los productos Turísticos son diversificados pero se realizan por separado, actualmente los productos en el mercado son Biking, Trekking desarticulado de otros deportes de riesgo que

Potencialidades	Limitaciones	Problemas
		pretenden posicionar a la región.

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO V – ESTUDIO DE MERCADO

5. ESTUDIO DE MERCADO

5.1. Análisis de la demanda

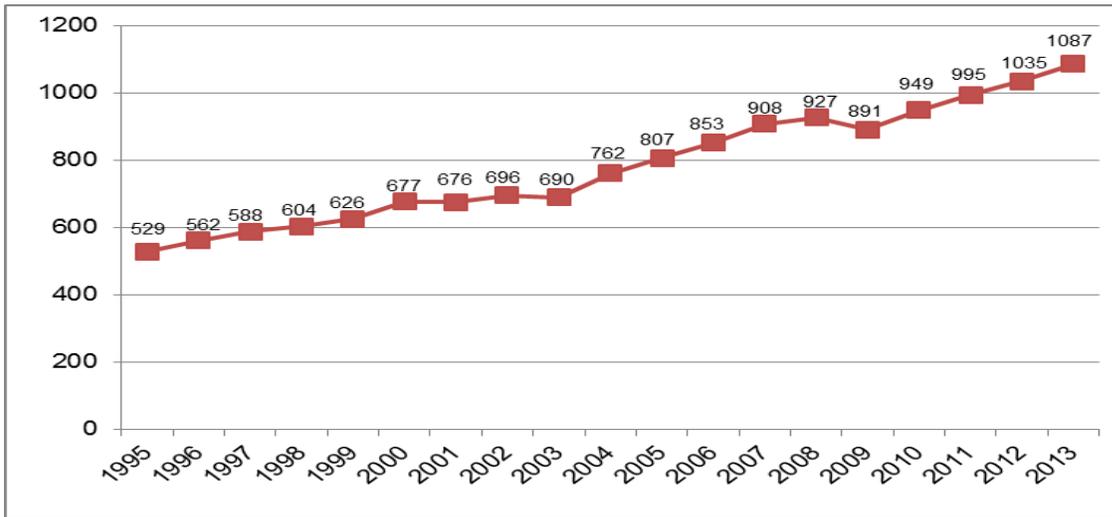
5.1.1. Análisis de la demanda internacional

De acuerdo a datos presentados en el Barómetro de Turismo Mundial de la UNWTO, las llegadas de turistas internacionales han aumentado un 5% en 2013, lo que representa 52 millones de turistas más que en 2012, alcanzando un récord de 1087 millones de visitantes alrededor del mundo. Para el 2014, las perspectivas continúan favorables con un crecimiento pronosticado de 4 a 4.5 %.

Esto datos respaldan la necesidad de apostar al turismo como motor importante para las economías nacionales y departamentales, planificando la inversión en

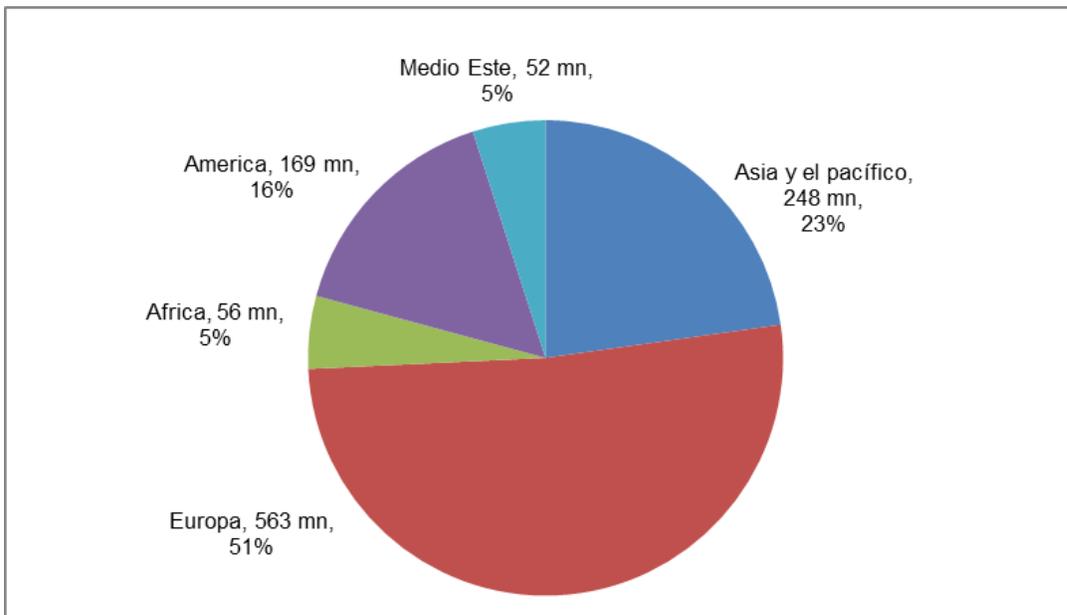
infraestructura de apoyo, tecnología, capacitación, conservación, servicios y promoción turística.

Gráfico N°3 Llegada de turistas Internacionales en el mundo (En millones de personas)



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) 2014

Gráfico N°4 Llegada de turistas Internacionales por región 2013 (En millones de personas)



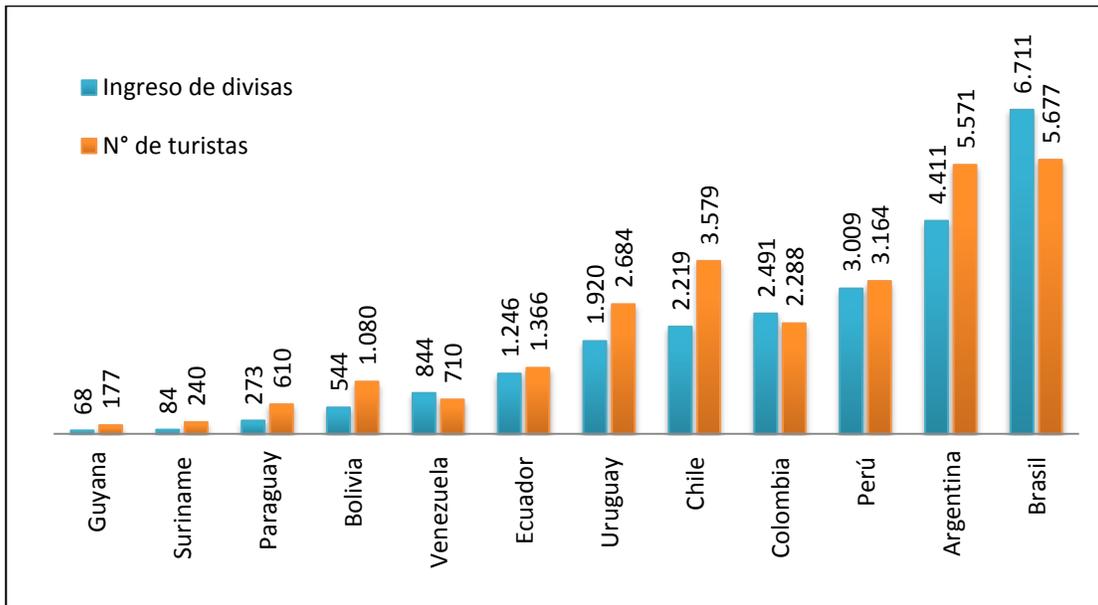
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) 2013

Para el 2014, las perspectivas de crecimiento regional se muestran fuertes para Asia y el Pacífico (+ 5% a 6%) y África (+ 4% a +6%), seguido por Europa y las Américas (ambos +3% a +4%). En Oriente Medio (de 0% a 5%) las perspectivas son positivas pero volátiles.

Haciendo un análisis más detallado y entrando a nuestro continente, específicamente a Sudamérica, observamos en los datos presentados por la OMT, indican que Sud América recibió 27.4 millones de llegadas de turistas internacionales en 2013 (2% más que en 2012), lo que representa el 16 % del total de las llegadas al continente americano y el 3% del total de llegadas a nivel mundial. Brasil es el destino más importante de la sub región, seguido por Argentina y Chile; sin embargo Perú, Colombia, Ecuador, Paraguay y Bolivia son los destinos que han tenido mayor crecimiento en turismo el último año. Argentina y Venezuela han presentado resultados negativos, y Chile y Uruguay no han crecido en este sector en el último periodo.

Aunque el porcentaje de participación de Sud América en el turismo mundial es todavía bajo, el crecimiento sostenido de este sector en la subregión hace que los expertos se muestren optimistas y recomienden a los gobiernos aprovechar las características únicas de sus países respecto a clima, geografía, paisajes y cultura para impulsar la industria turística, que generó ingresos por 23.677 millones de dólares en la sub región el 2012.

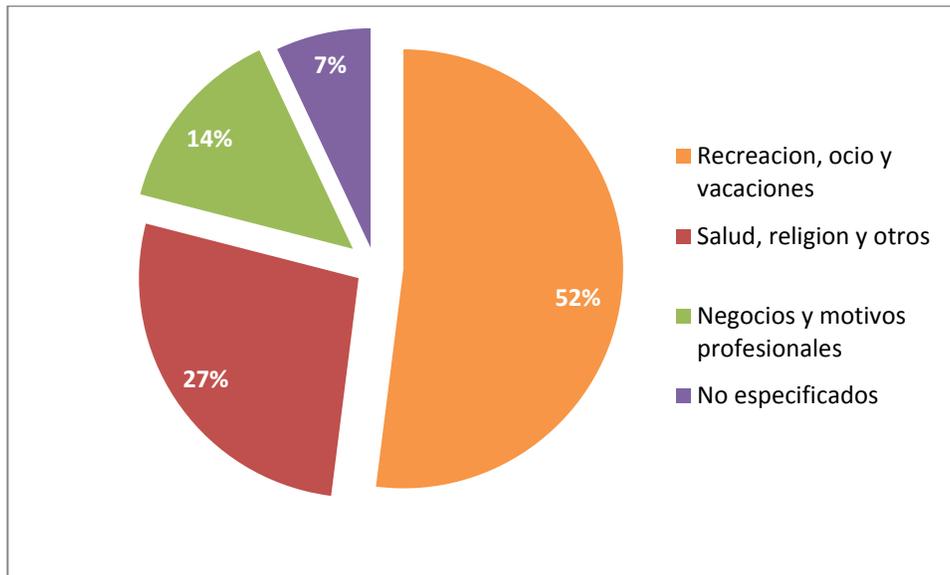
Gráfico N°5 Crecimiento del Turismo en Sudamérica 2014



Fuente: Barómetro OMT abril - 2014

Continuando con el análisis de los datos de la OMT, se puede observar que las principales motivaciones en nuestro continente, donde la recreación y ocio ocupan el primer lugar como fenómeno para trasladarse, seguido de la salud y religión, productos que se encuentran en nuestro país y departamento, que hacen de la actividad turística un motor para generar recursos, lo que involucra que debemos trabajar y apuntar al desarrollo del turismo, para mejorar la calidad de vida de nuestras poblaciones y regiones, donde se resguardan estos atractivos.

Gráfico N°6 Turismo receptor motivaciones en Latinoamérica 2012



Fuente: Barómetro OMT abril - 2014

5.1.2. Análisis de la demanda nacional

La situación del Turismo en Bolivia es muy parecida a la de Sudamérica, con un crecimiento positivo en los últimos años, pero con proyecciones negativas, todo debido al crecimiento pronosticado del continente Asiático para el año 2030, que según los datos proporcionados por la OMT, auguran que tendrá un crecimiento hasta el 30% de cuota del total de movimiento turístico a nivel mundial, lo que significara una reducción para nuestro continente y región. Ante esta situación es importante tomar acciones para evitar y contrarrestar estas negativas proyecciones, las mismas deberán estar orientadas a diversificar una oferta, respondiendo a las exigencias de la demanda y de mercados potenciales.

En general los datos actuales proporcionados por el Viceministerio de Turismo en el año 2014, muestran una gran aceptación y crecimiento positivo de la actividad turística a nivel nacional, lo que representa un crecimiento en el flujo de turistas nacionales como extranjeros, datos ligado directamente al ingresos de divisas para nuestro país y la economía nacional, con la generación de empleos directos e indirectos. Datos que asombran a muchos analistas nacionales, ya que el turismo

descendió de un cuarto a un quinto lugar como fuente generadora de divisas, logrando desde su actual posición generar mayores ingreso y datos alentadores, los mismos necesitan de un mayor impulso y generación mayores inversiones acordes y proyectadas para el desarrollo de la actividad.²⁶

Gráfico N°7 Indicadores Económicos de Turismo en Bolivia 2014



Fuente: Viceministerio de Turismo “Estimación de Universos Estadísticos del Sector Turismo en Bolivia” 2014

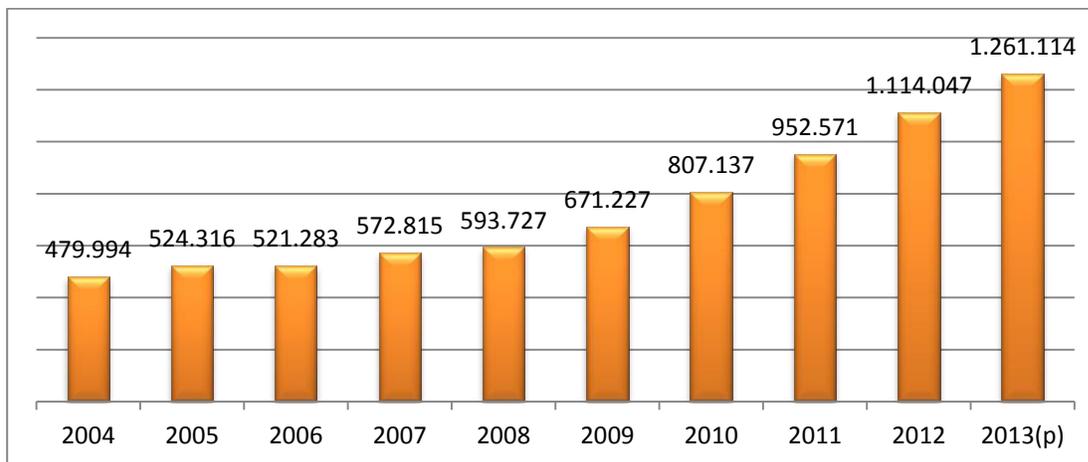
El flujo de viajeros internacionales en Bolivia durante los últimos diez años ha mostrado un crecimiento sostenido, alcanzando incrementos de 17.2%, 17.1% y 13.2%, en los años 2011, 2012 y 2013 respectivamente, alcanzando 1.261.114 arribos de viajeros internacionales por los distintos puestos fronterizos y aeropuertos internacionales del país.

El crecimiento del turismo en el país se ha visto claramente impulsado por los esfuerzos al promocionar la marca “Bolivia Te Espera”, exponiendo la abundante

²⁶Viceministerio de Turismo, Ministerio Cultura 2014

riqueza natural, cultural y patrimonial de las diferentes regiones del país, además de una mejora en las condiciones de estabilidad política y social.

Gráfico N°8 Llegada de turistas internacionales a Bolivia



Fuente: Elaboración propia con datos del Viceministerio de Turismo 2014

Según datos del VMT, se puede observar que Perú, Argentina, Chile y Brasil son los mercados que envían más turistas a Bolivia, seguidos por Norteamérica y países europeos. Por otro lado, es notable el crecimiento de otros mercados como el asiático y el africano, tal como se aprecia en el cuadro y gráficos siguientes:

Cuadro N°19 Bolivia: llegada de viajeros internacionales, según país de origen, 2008 – 2012 - En número de personas

PAÍS DE ORIGEN	2008	2009	2010 ^P	2011 ^P	2012 ^P	Tasa C. 11/12
África	667	748	863	831	3.201	285,2%
Alemania	15.225	18.433	16.664	24.688	28.335	14,8%
Argentina	81.115	119.904	160.65	206.29	225.569	9,3%
Brasil	30.917	43.377	44.815	54.107	70.854	31,0%
Canadá	7.480	8.042	9.439	12.100	13.027	7,7%
Chile	43.404	48.004	61.678	75.464	104.041	37,9%
Colombia	7.667	9.392	11.324	15.100	23.396	54,9%

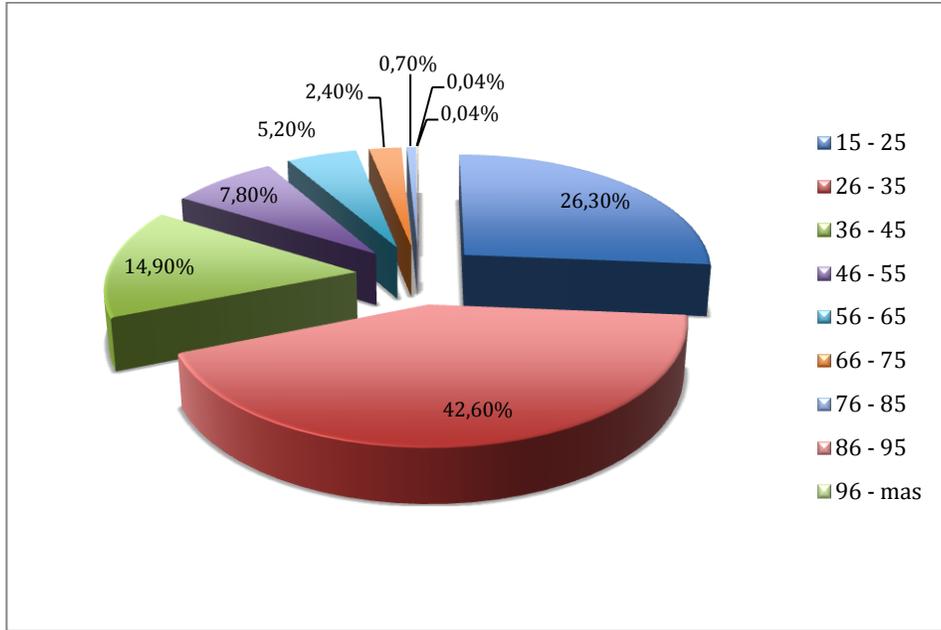
PAÍS DE ORIGEN	2008	2009	2010 ^P	2011 ^P	2012 ^P	Tasa C. 11/12
Estados Unidos	29.925	26.823	33.752	41.407	50.971	23,1%
España	17.103	14.013	10.683	20.564	30.699	49,3%
Francia	17.757	19.957	21.420	27.775	30.115	8,4%
Holanda	5.035	4.990	5.089	7.318	6.795	-7,1%
Inglaterra	13.783	14.880	14.044	16.962	17.938	5,8%
Israel	4.991	5.103	5.477	8.053	6.734	-16,4%
Italia	7.138	6.822	6.903	11.329	11.919	5,2%
Japón	5.653	5.304	4.468	6.892	12.021	74,4%
México	5.746	5.933	6.339	7.883	11.295	43,3%
Oceanía	12.227	13.002	15.145	16.665	17.989	7,9%
Paraguay	12.570	14.650	13.940	18.078	20.924	15,7%
Perú	225.360	242.698	316.42	306.92	337.103	9,8%
			4	2		
Suecia	2.343	3.025	3.320	5.621	4.657	-17,1%
Suiza	5.233	5.563	5.472	9.462	8.942	-5,5%
Uruguay	3.265	3.206	4.732	5.323	8.695	63,3%
Venezuela	3.637	4.478	6.359	6.906	8.185	18,5%
Otros América	7.681	10.356	11.912	13.230	21.872	65,3%
Otros Asia	3.398	4.222	5.623	6.702	12.567	87,5%
Otros Europa	20.623	22.456	26.983	29.626	30.034	1,4%
TOTAL GENERAL	589.943	675.381	823.51	955.30	1.117.8	
			9	1	78	

Fuente: Elaboración propia con datos del Viceministerio de Turismo – Universos Turísticos 2014

Un estudio realizado por el Viceministerio de Turismo, muestra que los visitantes extranjeros que más visitan Bolivia actualmente son jóvenes de entre 26 a 35 años (42,6%) aunque el gasto que realizan es más bajo que la media que es de \$us.

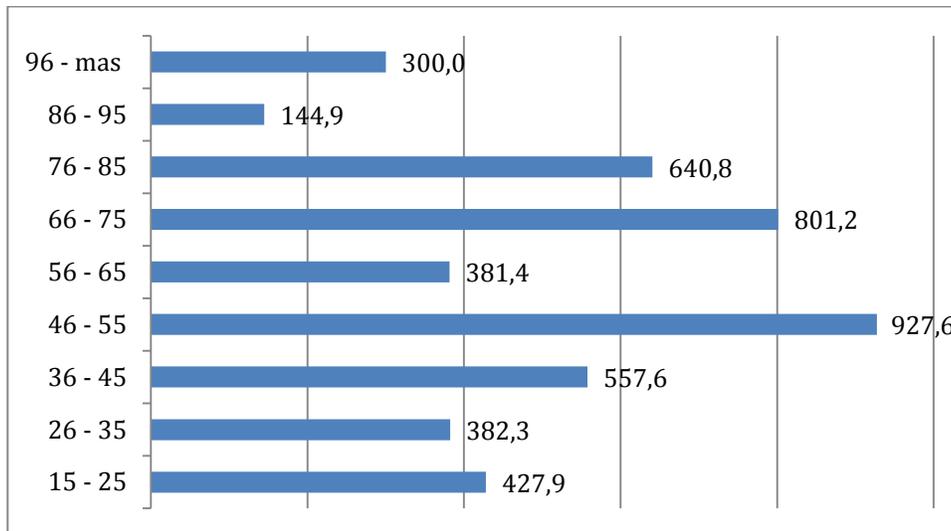
474,6. Por otro lado, los que más gastan son los turistas extranjeros entre 45 a 56 años, según el detalle presentado en los gráficos siguientes:

Gráfico N°9 Composición de la edad de turistas extranjeros



Fuente: Elaboración propia con datos del Viceministerio de Turismo – Nivel de Satisfacción y Gasto Turístico 2011

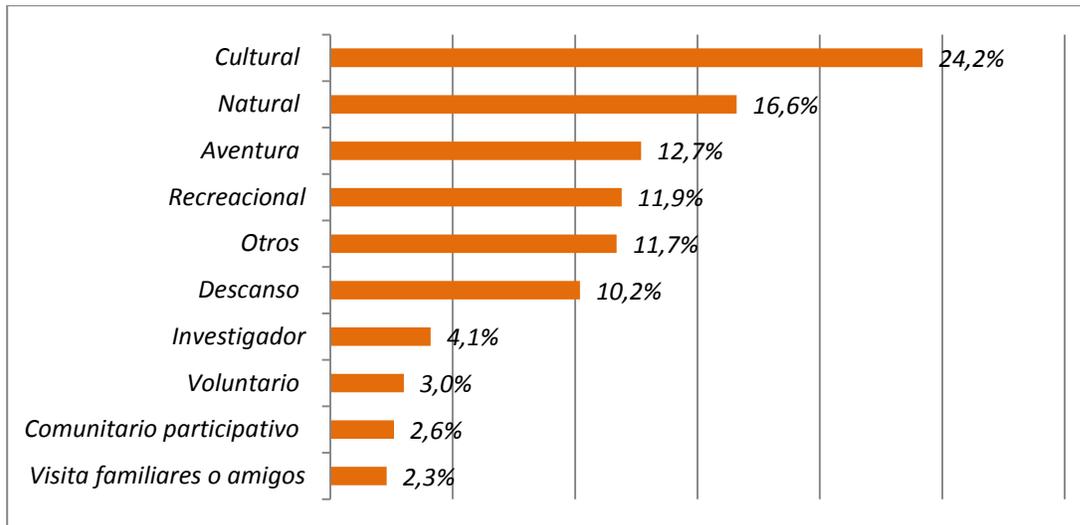
Gráfico N°10 Nivel de gasto medio de viaje según rangos de edad



Fuente: Elaboración propia con datos del Viceministerio de Turismo – Nivel de Satisfacción y Gasto Turístico 2011

Entre los principales motivos de los turistas extranjeros para la visita a Bolivia, están el cultural, natural, aventura y recreacional, según se puede observar en el gráfico siguiente:

Gráfico N°11 Principales motivos de viaje del turista extranjero



Fuente: Elaboración propia con datos del Viceministerio de Turismo – Nivel de Satisfacción y Gasto Turístico 2011

5.1.3. Estudio y cuantificación de la demanda

Según los datos encontrados y proporcionados por el VMT, en documentos arriba mencionados, podemos observar que la llegada de turistas nacionales y extranjeros al destino de Valles y Yungas, muestra reportes alentadores, con un nuevo cambio y posicionamiento de un destino de aventura, que atrae nuevos segmentos de turistas nacionales y extranjeros, datos que van en constante crecimiento por la accesibilidad y la cercanía al departamento de La Paz:

Cuadro N°20 Flujo de visitantes extranjeros y nacionales, Yungas 2010

VARIABLE	Extranjeros	Nacionales
Flujo de	32.824	49.000

Turistas		
Crecimiento	Sd	Sd
Estadía	3D/2N	Sd
Gasto diario	Sd	Bs.- 138

Fuente: Elaboración propia en base al documento Destinos y Áreas Protegidas, VMT – 2011

Si bien no existen estudios reales y actualizados sobre la demanda hacia el Destino Yungas, la información disponible muestra que en el año 2010 toda la región recibió 32.824 visitantes extranjeros y la demanda nacional está cerca a los 49.000 visitantes

Los datos de estadía dependen del producto que se compra que oscila entre 1 a 5 días para el mercado internacional, incluyendo actividades de deportes extremos, algunos segmentos compran el biking por la ruta de la muerte que viene a ser el producto de mayor aceptación en mercados internacionales acompañado por segmentos que disfrutan de los deportes de alto riesgo que se están practicando en el municipio. Por otra parte el segmento nacional es el que tiene una tendencia hacia los fines de semana para el descanso y recreación por su cercanía a la ciudad de La Paz con una duración que varía entre 2 a 3 días.

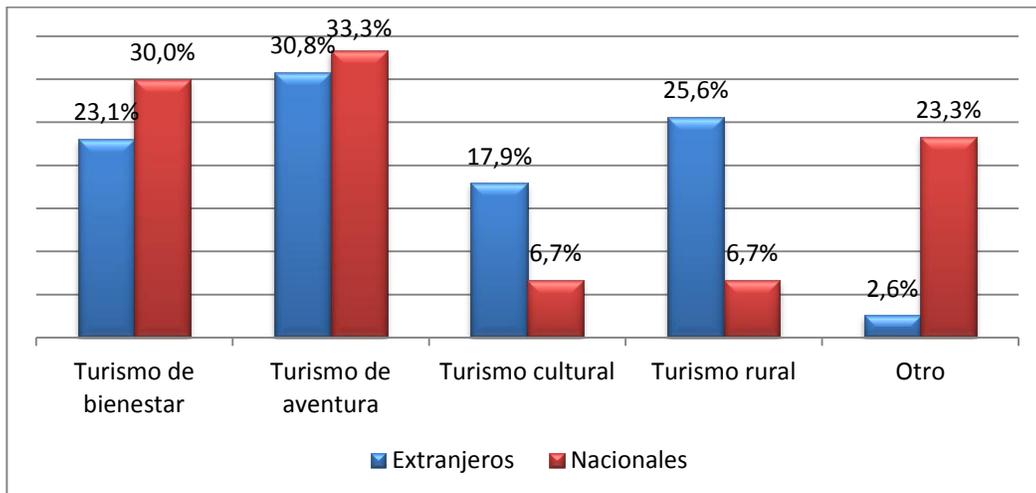
Respecto al gasto turístico²⁷ y mediante la información recopilada de la encuesta del gasto turístico define que existe un gasto justificado de Bs. 138 por día que incluye hospedaje, alimentación y algún tipo de actividades recreativas. Se han identificado alrededor de 17 Agencias u Operadores Turísticos para Nor Yungas, específicamente que ofrecen actividades de aventura extrema en distintos lugares de la provincia Nor Yungas, específicamente en Coroico y alrededores por contar con servicios básicos y complementarios, con precios que oscilan entre 140 Bs. Y 250 Bs. Dependiendo el tipo de actividad.

²⁷ Elaboración propia según datos obtenidos del Estudio de Mercado del presente proyecto, Febrero 2015.

5.1.4. Comportamiento de la demanda

Un dato importante de resaltar de la demanda es la preferencia de los turistas que visitan el destino Coroico, observando que una mayoría se desplaza por turismo de aventura, en el entendido que este municipio se encontraba en una etapa de decaimiento y que encontró en el turismo de aventura un potencial fuerte a ser desarrollado, como estrategia para promocionar toda la región como destino de aventura. Otro componente que llama la atención tanto de nacionales y extranjeros son las características geográficas que son adecuadas para un turismo de bienestar, como se muestra en el grafico siguiente:

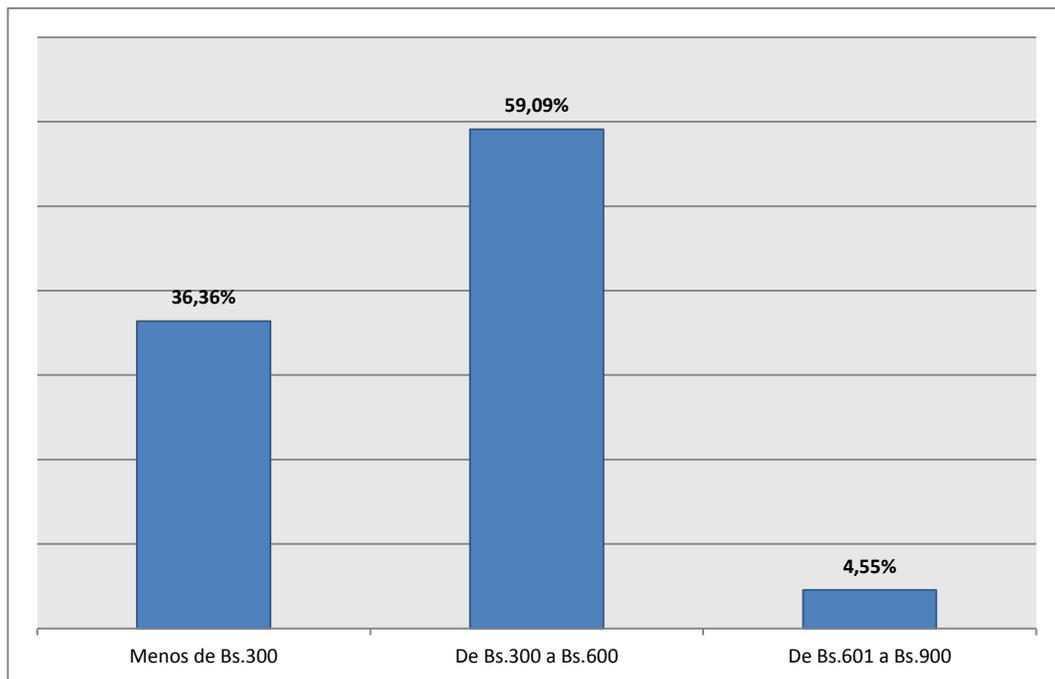
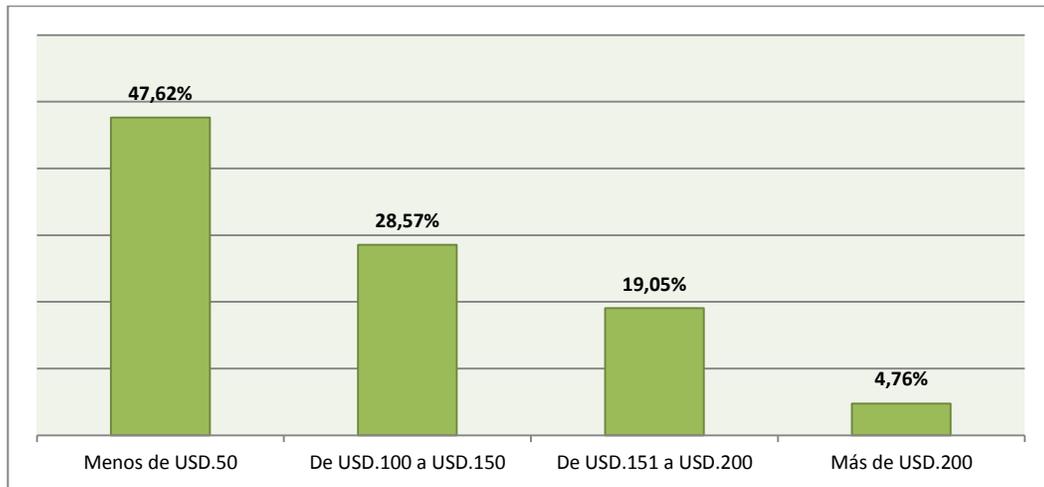
Gráfico N°12 Preferencia de los turistas en Coroico 2015



Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado del presente proyecto 2015.

Con relación al nivel de gasto que tienen los turistas en el municipio de Coroico, podemos mencionar que según los datos obtenidos, los turistas extranjeros tienen un promedio de gasto de 50 USD diarios, y que los turistas nacionales se encuentran en un rango de 300 a 600 Bs en todo el viaje, como se observa en el grafico a continuación:

Gráfico N° 13 Gastos de los turistas en Coroico 2015



Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado del presente proyecto 2015.

5.1.5. Identificación y evaluación de los segmentos de mercado

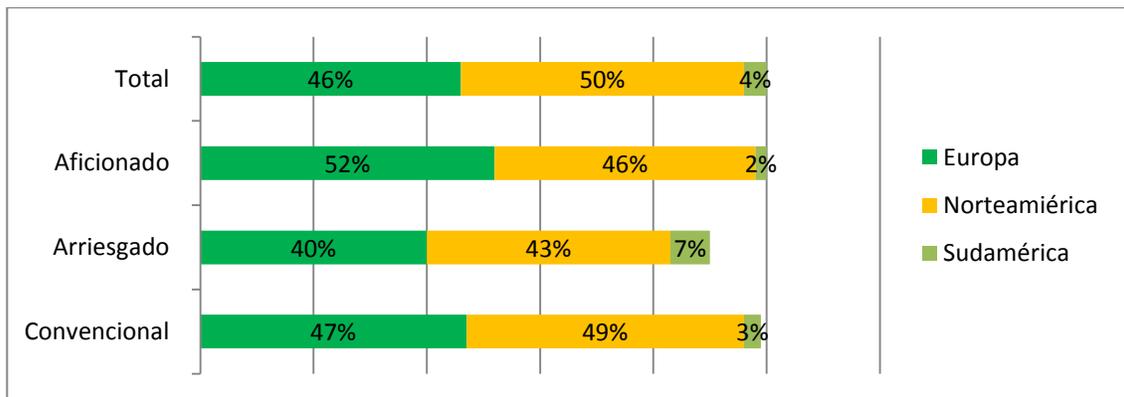
Según datos de un estudio realizado por Prom Perú en el año 2008, mencionan que Sudamérica tiene un gran potencial para todo lo que es el turismo de aventura, y que

existe tres grupos de turistas de aventura; el **Arriesgado** segmento predominante en la subregión de Sudamérica, que se caracteriza por poseer una alta afición por las actividades de aventura, realizan viajes motivados por practicar deportes de aventura. Ello lo hacen básicamente por tener sensaciones de aventura extrema y experimentar la adrenalina.

El segundo grupo identificado es el **Aficionado** que se caracteriza por su interés en la naturaleza, y en ese sentido, tienden a preferir actividades de aventura que le permitan estar en contacto con la naturaleza, apreciar paisajes agradables, y a la vez conocer otras culturas. El tercer y último grupo es el **Convencional**, que son turistas que se interesan tanto por la actividad de aventura como por el medio ambiente (naturaleza). Valoran el estar en contacto con la naturaleza porque les da la sensación de tranquilidad y por ende la posibilidad de escapar de la rutina de la vida cotidiana. Es por ello además que, cuando realizan deportes de aventura prefieren hacer camping.

Según este estudio, se evidencia que existe una preferencia por los países europeos y norteamericanos por el turismo de aventura, como se aprecia en el siguiente gráfico:

Gráfico N°14 Principales mercados potenciales 2014



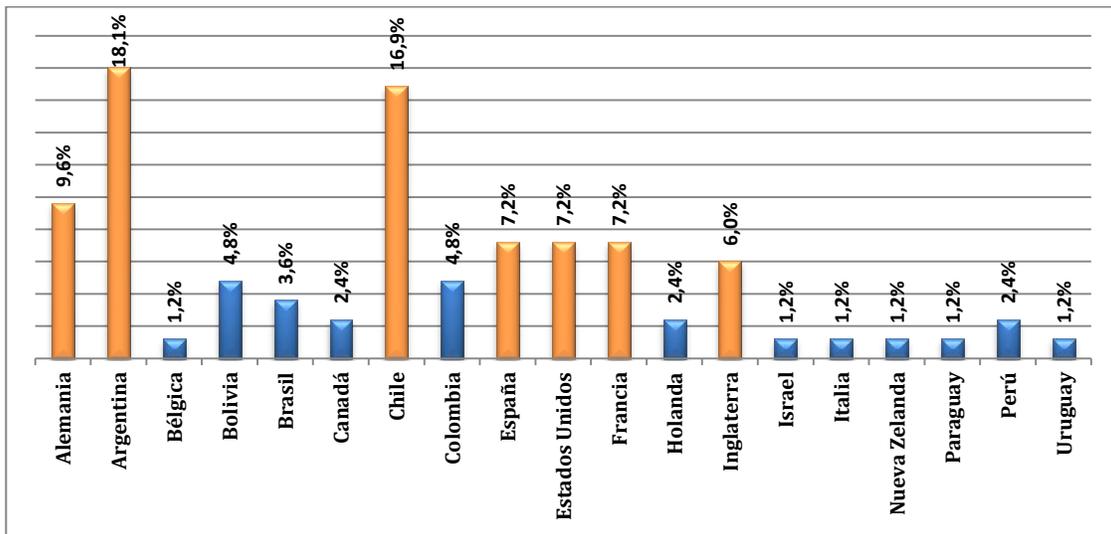
Fuente: Prom Perú - Perfil del Turista de Aventura 2008

El turismo de aventura implica la exploración o el viaje a áreas remotas, donde el viajero puede esperar lo inesperado. El turismo de aventura está aumentando rápidamente su popularidad ya que los turistas buscan vacaciones inusuales, diferentes de las típicas vacaciones en la playa. El turismo de aventura, es dirigido para todos los turistas, pero en especial para aquellos que les guste combinar sus actividades con el aire libre. Este tipo de turismo también se relaciona directamente con el deporte de aventura o de riesgo, donde la gente tiene por objetivo pasar momentos de adrenalina a costo de un porcentaje del mismo.

5.2. Mercados potenciales

Según datos para Sudamérica y los resultados alcanzados en el estudio de mercado, donde se reconoce que existe una similitud en los segmentos encontrados, siendo que los mismos fueron realizados en años diferentes, y que reconocen a países de Europa y Norteamérica como segmentos interesados por el turismo de aventura, con una diferencia como se observa en el siguiente gráfico el segmento sudamericano muestra un notable crecimiento con relación a los datos del 2008 de Prom Perú:

**Gráfico N°15 Mercados potenciales para turismo de aventura en Nor Yungas
2015**



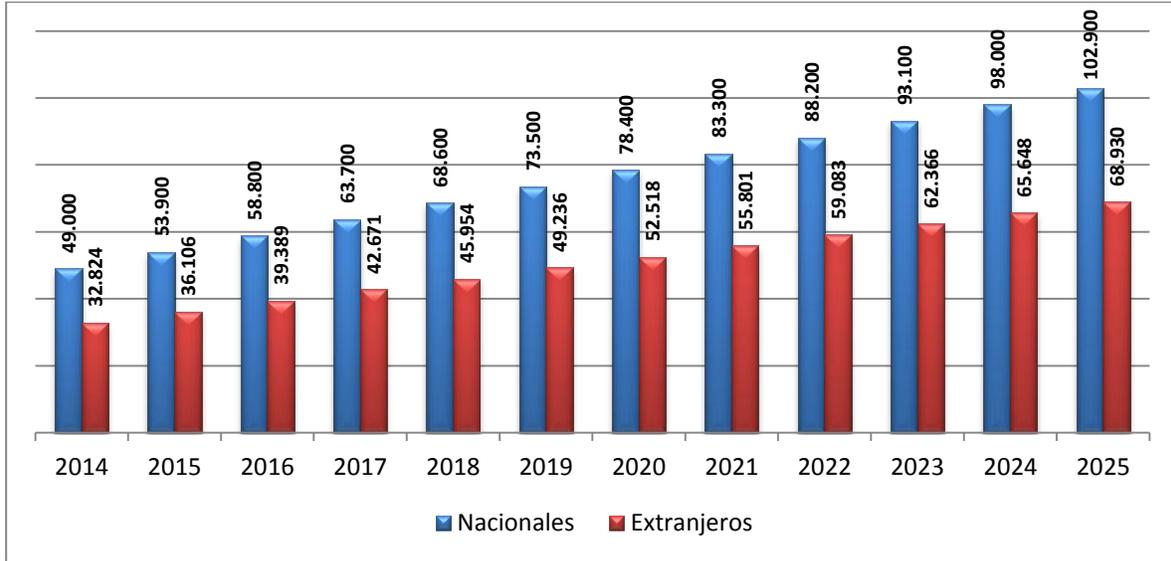
Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado del presente proyecto
2015.

Los segmentos identificados (Europa – Norteamérica y Sudamérica) gustan del turismo de aventura que tiene como objetivo principal el fomento de las actividades de aventura en la naturaleza. Es el hecho de visitar o alojarse en zonas donde se pueden desarrollar los llamados deportes de aventura o turismo activo. La diferencia de turismo de aventura y deportes de aventura, estaría en que en la segunda actividad hace falta una preparación mínima y un equipo apropiado, como es practicar rappel, escalada, carreras de aventura o montañismo.

5.3. Proyección de la demanda

Tomando como dato base el crecimiento del flujo turístico general para el país proporcionado por el VMT del 10% anual, es posible adoptar este valor como genérico y realizar una proyección estimada de la demanda de los turistas nacionales y extranjeros que podrían visitar la región de los Yungas y Valles hasta el 2025, tal como se observa en el gráfico siguiente:

Gráfico N°16 Proyección de turistas a la región de los Yungas y Valles

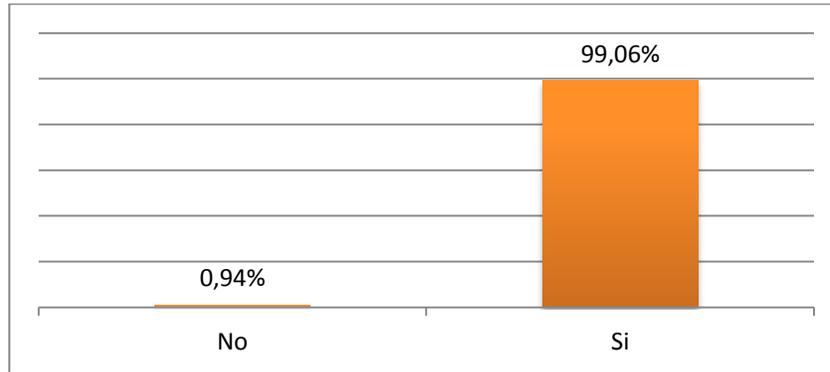


Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado del presente proyecto 2015.

Como se observa en el gráfico anterior, al 2025 se estima un flujo turístico nacional de aproximadamente 102.900 turistas y 68930 turistas extranjeros que visiten la región de los Yungas y Valles.

Ahora bien los datos obtenidos de la encuesta realizada a las agencias y operadores turísticos de la región de los Yungas, muestran una aceptación del 99%, por el nuevo producto turístico, que diversificara la oferta turística de la región, incrementando el gasto y la estadía de los mismos turistas nacionales y extranjeros:

Gráfico N°17 Grado de aceptación del desafío en los Yungas



Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado 2015

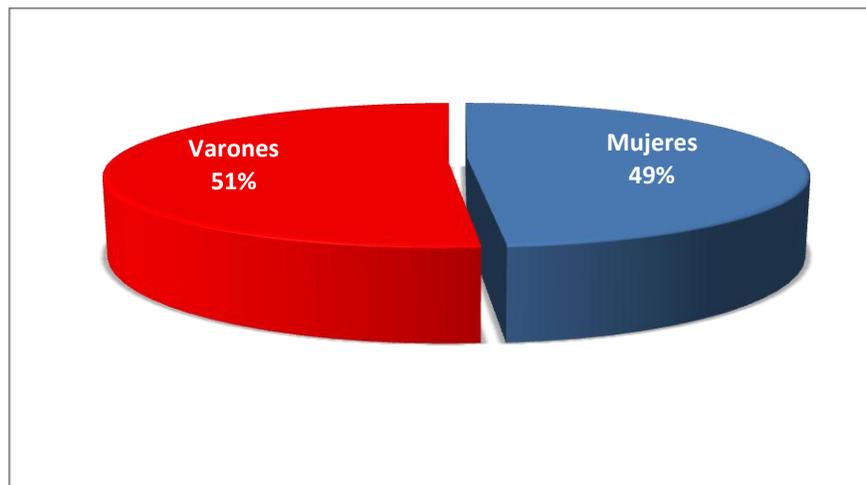
5.4. Perfil del turista

Con los resultados alcanzados en el presente estudio de mercado, después del procesado y análisis de información, procederemos a desarrollar el perfil del turista para este nuevo producto turístico:

5.4.1. Perfil Sociodemográfico

La distribución de género presentan una ligera mayoría de varones (51%) respecto a los mujeres (49%), aunque la diferencia no es significativa, como se detalla en el gráfico siguiente:

Gráfico N°18 Perfil del turista extranjero en Coroico – Género

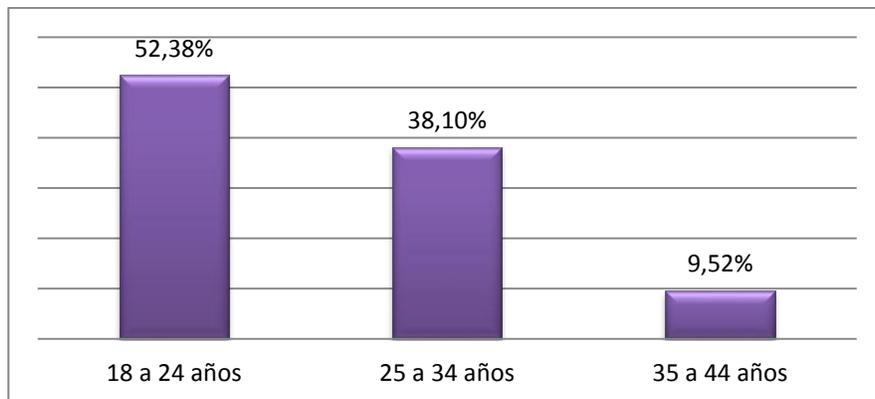


Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado 2015

5.4.2. Edad

Las edades identificadas para el municipio de Coroico van desde los rangos de 18 a 44 años, sobresaliendo las personas de 18 a 24 años que representan el 52%, seguido de las personas de 25 a 34 años que son el 38%, grupos que representan los dos grandes segmentos de edades para el municipio, presentados en el gráfico a continuación:

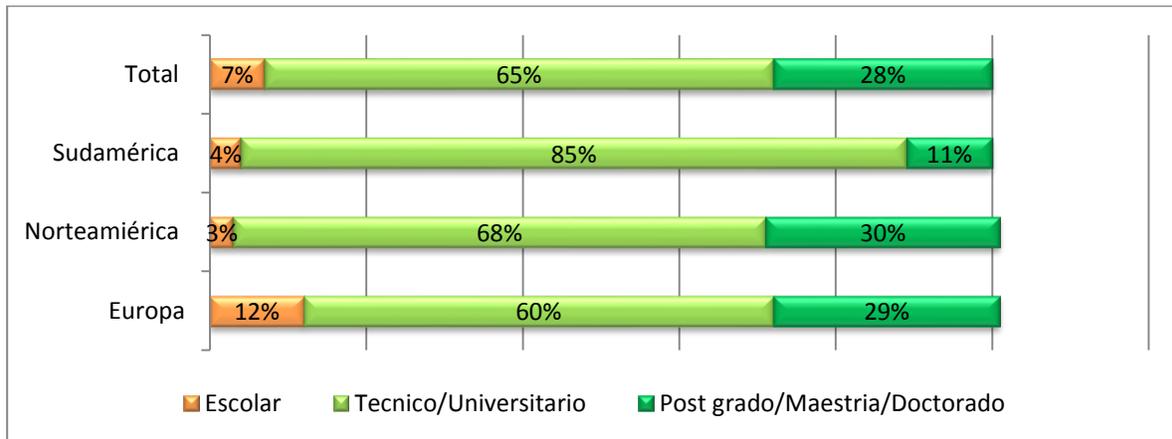
Gráfico N°19 Perfil del turista en Coroico – Edad



Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado 2015

Complementando la información proporcionada en el presente estudio, podemos mencionar que el perfil del turista de aventura para Sudamérica, menciona que son las personas jóvenes las que gustan y prefieren de turismo de aventura, que tiene una directa relación con el grado de instrucción, que demuestra que son los universitarios o técnicos quienes prefieren de esta actividad de mucha adrenalina:

Gráfico N°20 Perfil del turista de aventura – Grado de instrucción

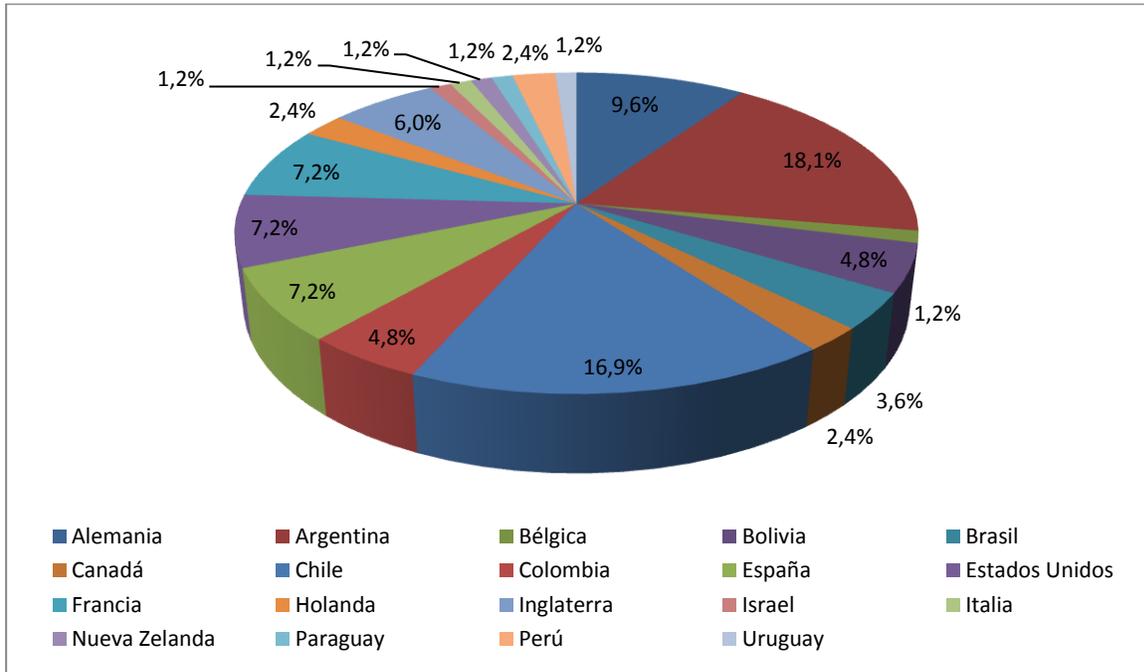


Fuente: Prom Perú - Perfil del Turista de Aventura 2008

5.4.3. Lugar de residencia

Dentro el trabajo de sondeo y entrevistas realizadas para el Municipio de Coroico, podemos mencionar los siguientes segmentos por país, donde los argentinos lideran la tabla con un 18.1%, seguido de los Chilenos con el 16.9% como países que muestran datos significativos a comparación de los otros, en tercer lugar podemos identificar a países europeos con mínimas variaciones de datos como; Alemania, España, Francia, Inglaterra y Estados Unidos país, como se aprecia en el siguiente gráfico:

Gráfico N°21 Perfil del turista en Coroico – Lugar de residencia

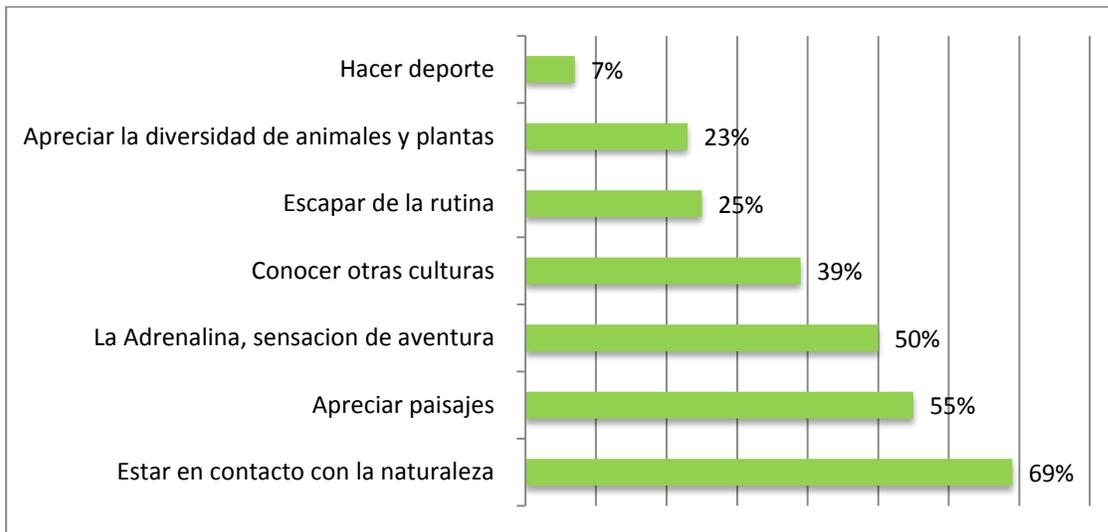


Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado 2015

5.5. Motivo del viaje

Según los datos para Sudamérica estas son las principales motivaciones para realizar turismo de aventura en nuestra región; donde se observa que muchos de los turistas prefieren el contacto con la naturaleza (69%), apreciar los paisajes naturales (55%), y los deportes de aventura que puedan realizarse, que generan la creación de adrenalina (50%), motivos que son los más fuertes para generar el desplazamiento de los visitantes a la región, como se aprecia en el siguiente gráfico:

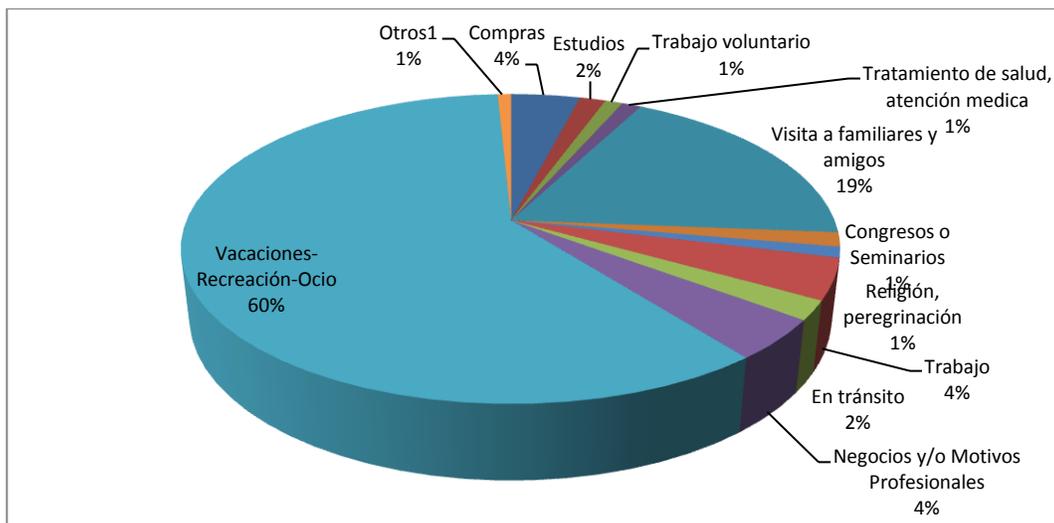
Gráfico N°22 Perfil del turista en Sudamérica – Aspectos que motivan a realizar actividades de turismo de aventura



Fuente: Prom Perú - Perfil del Turista de Aventura 2008

Según datos recopilados en la última Encuesta de Gasto de Turismo Receptivo 2014 del Viceministerio de Turismo, podemos mencionar que el mercado Europeo muestra un crecimiento y una notable inclinación por los productos ligados a la recreación y ocio, seguido de la visita a familiares y amigos, componentes fuertes en la motivación para el desplazamiento a nuestro país.

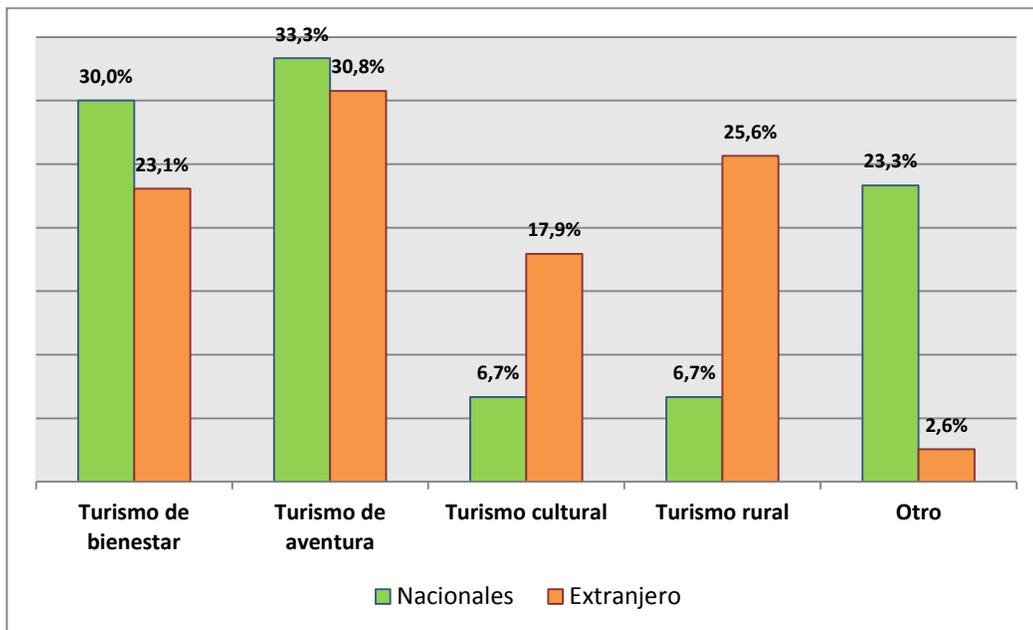
Gráfico N°23 Perfil del turista extranjero 2014 – Motivo de viaje



Fuente: Elaboración propia con datos del Viceministerio de Turismo – Encuesta Gasto Turístico Receptivo 2014

Según datos alcanzados en las entrevistas y encuestas, podemos observar que una mayoría de los visitantes nacionales y extranjeros prefieren el turismo de aventura 33% y 30% respectivamente, seguido del turismo de bienestar con el 30% y 23% respectivamente, como se observa el grafico siguiente:

Gráfico N°24 Perfil del turista en Coroico – Motivaciones



Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado 2015

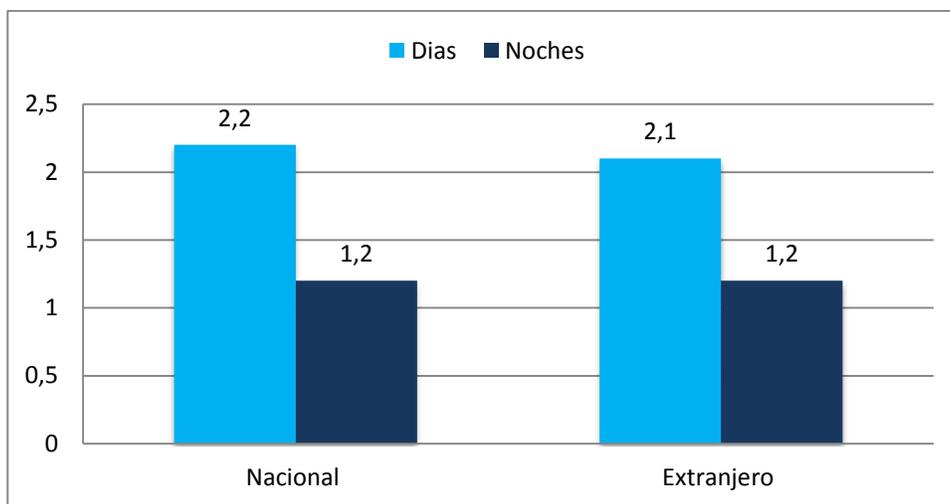
5.6. Comportamiento de turista

Según los datos del VMT del año 2014 la estadía dependen del producto que se compra que oscila entre 1 a 5 días para el mercado internacional, incluyendo actividades de deportes extremos, algunos segmentos compran el biking por la ruta de la muerte que viene a ser el producto de mayor aceptación en mercados internacionales acompañado por segmentos que disfrutan de los deportes de alto riesgo que se están practicando en el municipio. Por otra parte el segmento nacional es el que tiene una tendencia hacia los fines de semana para el descanso y

recreación por su cercanía a la ciudad de La Paz con una duración que varía entre 2 a 3 días.

Realizando un contraste con los resultados de las encuestas realizadas podemos mencionar que la estadía entre nacionales y extranjeros no difiere mucho, observándose que tenemos un promedio de 2D/1N en ambos, como se muestra en el grafico siguiente:

Gráfico N°25 Perfil del turista Coroico – Estadía promedio



Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado 2015

5.7. Estacionalidad del viaje

La estacionalidad del flujo de turistas nacionales y extranjeros, presenta dos temporadas grandes en el transcurso del año, observándose que la primera comienza a principios del mes de octubre con una prolongación hasta el mes de marzo; presentando un mayor movimiento en los meses de noviembre y diciembre. La segunda temporada comienza principios del mes de mayo hasta fines del mes de agosto, registrando un mayor flujo en los meses de junio y julio, como se aprecia en el grafico siguiente:

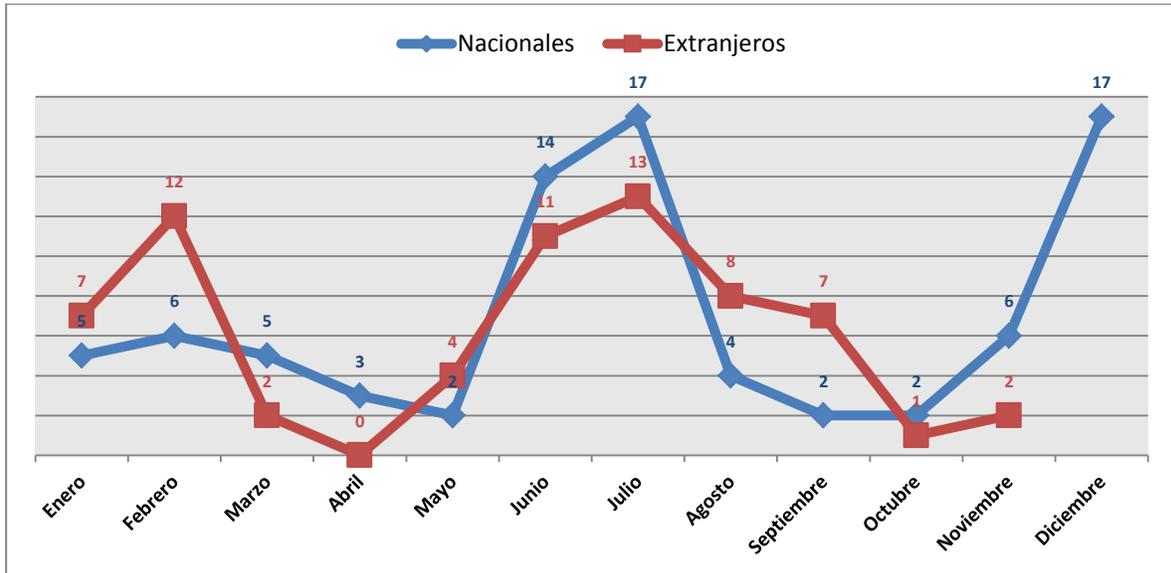
Gráfico N°26 Perfil del turista en Coroico – Estacionalidad del viaje



Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado 2015

Con un detalle desglosado de la estacionalidad por el tipo de turista que visita el destino de Coroico, podemos observar que los turistas nacionales presentan un mayor movimiento en los meses más cercanos a fin y principios de año, fechas que coinciden con las vacaciones de invierno y fin de año. La estacionalidad de los turistas extranjeros presenta una similitud con los datos de los nacionales, identificando dos temporadas de turistas en el año; una que se desarrolla para fines y principios de año; donde tenemos segmentos de los países latinos, la segunda que se encuentra en los meses de mayo hasta fines de octubre, donde se tiene presencia de turistas europeos, como se observa en el siguiente gráfico:

Gráfico N°27 Estacionalidad del viaje al municipio de Coroico



Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado 2015

5.8. Duración del viaje

Según los datos de la EGT Interno del VMT, la duración media del viaje de los turistas esta por los 3 días 2 noches; pero los datos obtenidos en el municipio de Coroico muestran que los turistas tanto nacionales y extranjeros tienen una media de dos días una noche, como se presenta en la siguiente tabla:

Cuadro N° 21 Perfil del turista en Coroico – Duración del Viaje

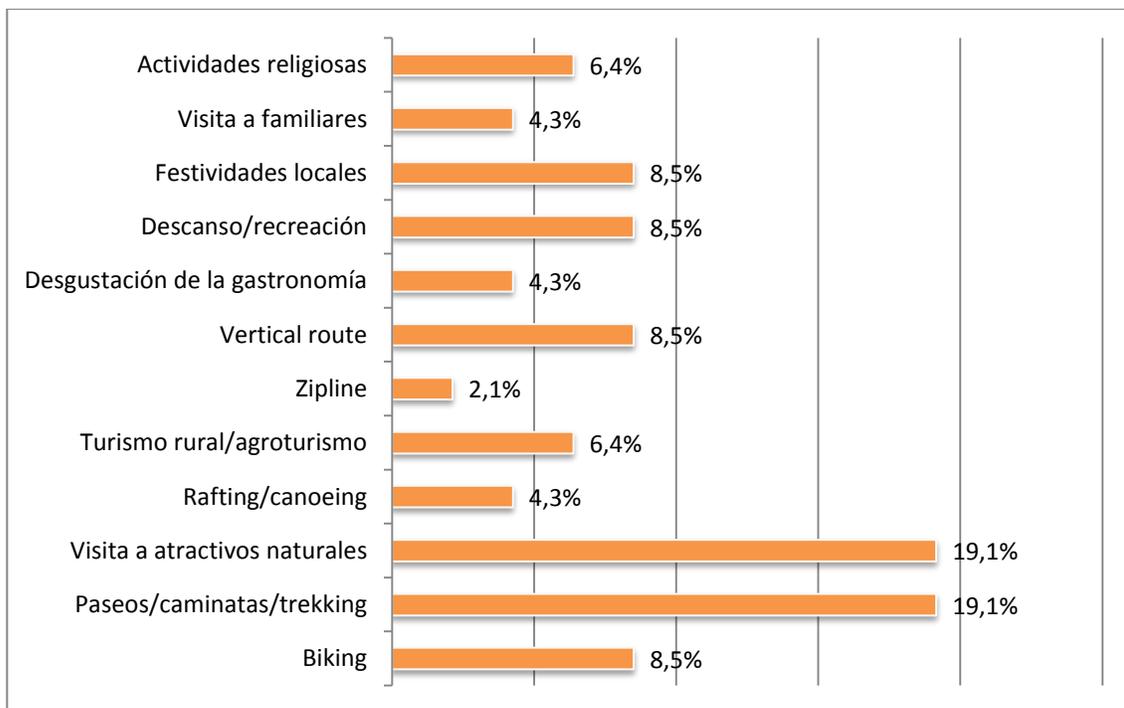
Tiempo de permanencia	Mínimo	Máximo	Media
Cuántos días permaneció en Coroico	1,0	3,2	2,0
Cuántas noches permaneció en Coroico	0,0	2,0	1.0

Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado 2015

5.9. Actividades realizadas

Según las encuestas realizadas a los turistas, operadoras y agencias de turismo, hoteles y la asociación de guías locales del municipio de Coroico, se identificó cuáles son las actividades realizadas por los turistas nacionales y extranjeros. Observándose que los turistas nacionales muestran una preferencia por las visitas atractivos naturales (19%) y los paseos, caminatas (trekking) con el mismo dato (19%), seguidos por el biking, vertical route, descanso/recreación y las festividades locales, todos con el 8.5%, como actividades principales realizadas por los turistas locales, como se detallada en el grafico a continuación:

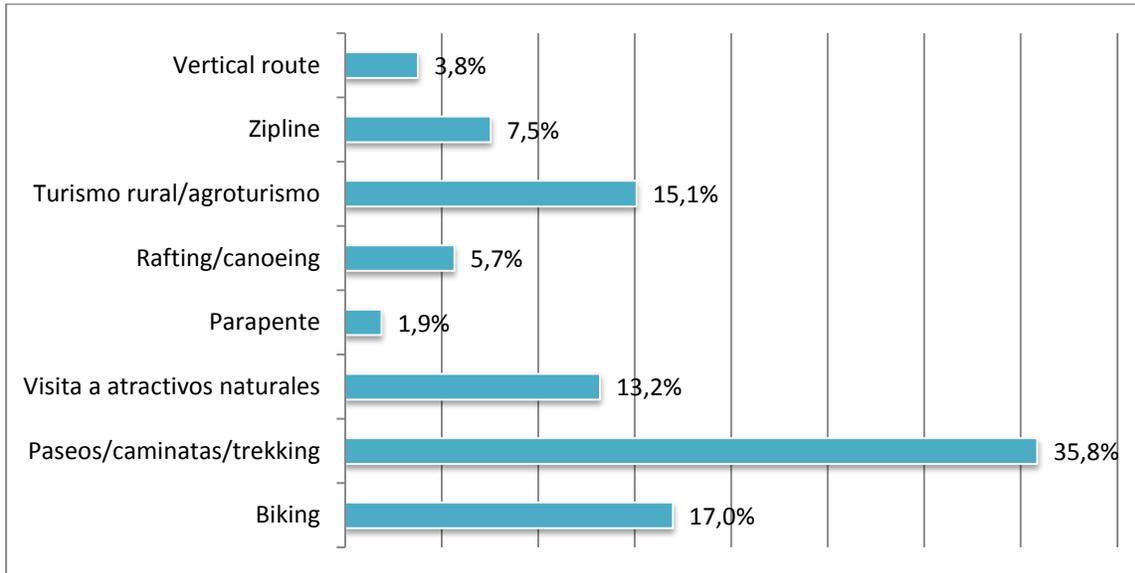
Gráfico N°28 Perfil del turista nacional en Coroico – Actividades realizadas



Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado 2015

Las actividades preferidas por los turistas extranjeros tienen una inclinación por el trekking (paseos y caminatas por la región) con un 35.8%, seguidas del biking (ciclismo de montaña) con el 17%, en tercer lugar encontramos al turismo rural o agroturismo, que son actividades ligadas con la producción local de la región, que representa 15%, y como una cuarta actividad importante en el destino observamos la visita a atractivos naturales (cascadas y paseo por el pueblo) con el 13%, como se observa en el grafico siguiente:

Gráfico N°29 Perfil del turista extranjero en Coroico – Actividades realizadas



Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado 2015

5.10. Análisis de la oferta

El Municipio de Coroico, según la Ley 2074 y su Decreto Reglamentario 26085, fue declarado como Zona Prioritaria de Desarrollo Turístico. La intención es promover acciones turísticas públicas y privadas para el desarrollo socioeconómico de la región. Es uno de los destinos turísticos más importantes del departamento de La Paz y de Bolivia. Dispone de diversas instalaciones de hospedaje y alimentación. Además ofrece espacios de recreación nocturna, bares, heladerías, tiendas artesanales, mercados, farmacias, entre otros.

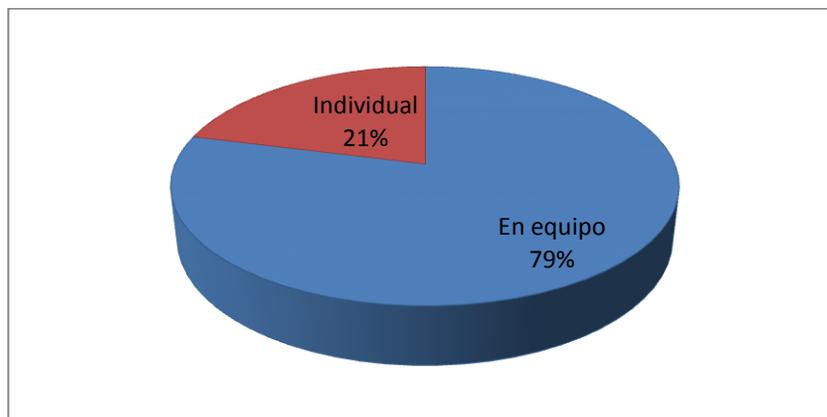
Coroico presenta atractivos naturales, culturales e históricos que motivan al visitante a practicar diversas actividades. Estas actividades se desarrollan principalmente en el cantón Coroico y la temporada alta se da entre los meses de mayo a septiembre. La oferta turística actual está formada por tres productos: descanso y recreación en la naturaleza, dirigido esencialmente al descanso y visitas cortas y cercanas a poblaciones como Coroico, Coripata realizadas por un mercado nacional, regional y europeo; aventura, con actividades de caminatas o trekking por los caminos

prehispánicos del Choro, Takesi, Yunga Cruz, Camino del Oro entre los principales realizado por el mercado nacional y europeo y aventura extrema, el conocido descenso en bicicletas o mountainbiking por el camino de la muerte, canoning, canoping, rapel, ala delta, parapente, puenting entre algunas actividades que se están desarrollando y están logrando posicionar a los Yungas como la región donde se realizan y practican deportes extremos.

5.10.1. Comportamiento de la oferta

Con los datos recopilados en el presente estudio, podemos observar que la competencia para turismo de aventura en la región, debe tener o procurar ser realizado en equipos, con una combinación de dos o más disciplinas de resistencia, incluyendo la orientación, carreras de ciclismo de montaña, remar y habilidades de la cuerda de escalada y afines. Un evento en equipos históricamente necesarios de un tamaño determinado, y que incluya tanto a hombres y mujeres:

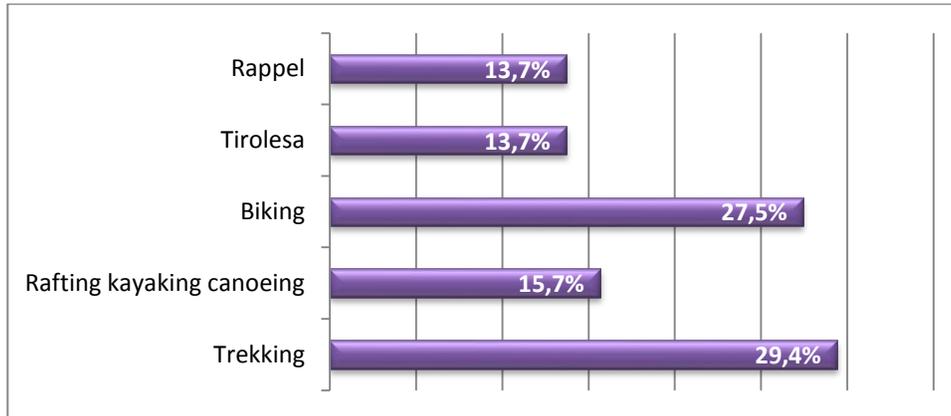
Gráfico N°30 Organización del evento



Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado 2015

El evento debe contemplar las actividades características de la región, en el entendido que ya se tiene experiencia, conocimiento y condiciones geográficas, con un alto nivel capacitación y emprendimientos que han ido desarrollando la actividad en estos últimos años:

Gráfico N°31 Actividades propuestas para el evento



Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado 2015

Así mismo el evento puede extenderse unos tres a más días. Tiempo suficiente para realizar las actividades programadas, y aprovechar para conocer el destino Yungas y la gran diversidad natural, y cultural de la región:

Gráfico N°32 Duración del evento



Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado 2015

5.10.2. Proyección de la oferta

Para poder dimensionar la proyección de la oferta del proyecto es necesario tener claro la capacidad instalada de los ambientes destinados a la atención de los competidores que participaran en el Desafío de los Yungas, en este contexto se ha

estimado una capacidad de operación de hasta 75 personas que pueden ser atendidas al mismo tiempo, tal como se detalla en el cuadro siguiente:

Cuadro N°22 Servicios ofrecidos en el centro de capacitación en Coroico

SERVICIOS OFRECIDOS	CAPACIDAD MÁXIMA POR DÍA
Sala de capacitación 1	15 personas
Sala de capacitación 2	15 personas
Aula plenaria	45 personas
Total	75 personas

Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado 2015

Como se aprecia en el cuadro anterior la capacidad total de los ambientes propuestos dentro el centro de capacitación para el fortalecimiento de la ruta el desafío de los yungas en el municipio de Coroico, tiene como componentes esenciales las salas de capacitación para los participantes y el aula plenaria, en este contexto se estima que se puede iniciar la actividad de capacitación con un 40 a 45% de la capacidad instalada o lo que es lo mismo atender a un promedio de 33 visitantes que deseen participar en el desafío por espacio de 1 semana aproximadamente, lo que nos lleva a la atención de un promedio de 792 visitantes al año tal como se detalla en el cuadro siguiente:

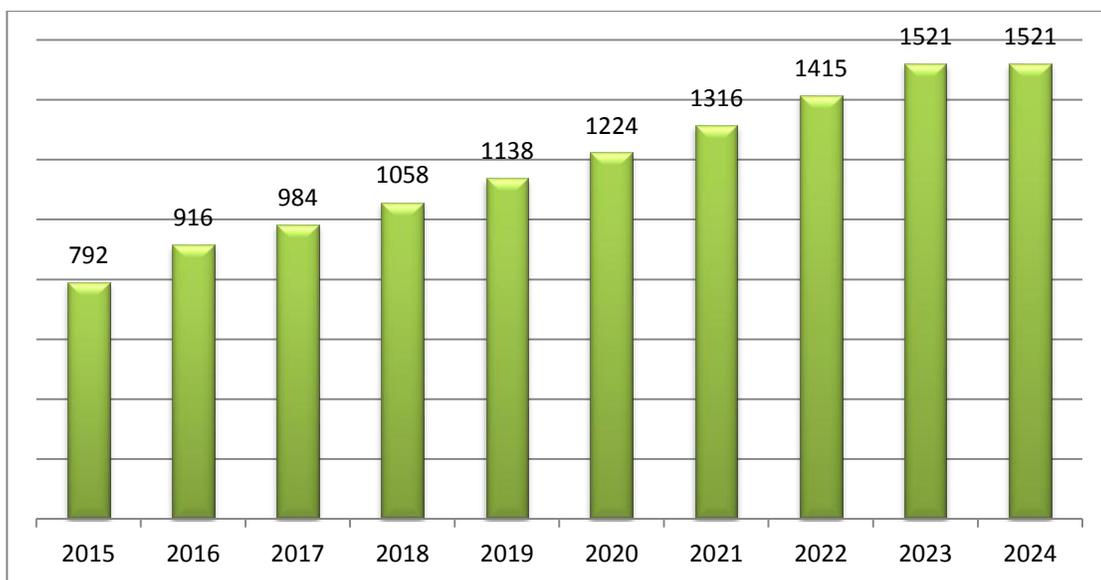
Cuadro N° 23 Cálculo de turistas en la ruta el desafío de los yungas en el municipio de Coroico

Visitantes	Semana	Mes	Años	% de crecimiento
	33	66	792	7,50%

Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado 2015

Como ya se ha mencionado anteriormente el flujo turístico nacional ha ido creciendo los últimos años a razón de un 10% anual según los datos del VMT, en este contexto se prevé que el crecimiento del flujo de turistas nacionales y extranjeros que pueden participar del proyecto está entre los 5 y 10% anual, tomando como base de cálculo el 10% de crecimiento del flujo nacional y un promedio de 5% de crecimiento en el flujo de turistas al departamento de la Paz (Destinos Lago Titicaca, Madidi, La Paz y Alrededores), realizando un promedio entre estos valores de crecimiento se obtiene un valor del 7,5% de crecimiento, mismo que será aplicado en la proyección de la oferta del proyecto, tal como se detalla en el gráfico siguiente:

Gráfico N°33 Proyección de turistas en la ruta del desafío de los yungas



Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado 2015

5.10.3. Análisis de la competencia

En la jurisdicción del Municipio de Coroico no se observa ningún tipo de competencia potencial, debido a que no se tiene planificado este tipo de eventos deportivos y la mayoría esta dedica a otras actividades independientes relacionadas con la naturaleza y la aventura, que puede ser unidas para ofrecer un producto mayor.

Si en años anteriores (2014 - 2013) el Municipio de Coroico tuvo iniciativas similares, que fueron propuestas para el día internacional de turismo (27 de septiembre) actividades conjuntas con el Gobierno Autónomo Departamental de La Paz que van desde el festival de Coroico hasta competencias deportivas de aventura (ascenso al cielo por el camino de la muerte) que tuvieron una duración de 3 días, donde se realizaron actividades como biking, rappel, zipline, caminatas entre otras, que difundieron la diversidad de atractivos turísticos del Municipio de Coroico, que solo fueron planificados solo por los agasajos por el día internacional del turismo.

A nivel internacional podemos mencionar las siguientes actividades similares:

- **Campeonato Mundial de Carrera de Aventura;** carreras de aventura es una combinación de dos o más disciplinas de resistencia, incluyendo la orientación y/o de navegación, carreras a campo traviesa, ciclismo de montaña, remar y habilidades de la cuerda de escalada y afines. Un evento expedición puede extenderse unos diez días. Carreras de aventura en equipos históricamente necesarios para ser de un tamaño determinado, y que incluya tanto a hombres y mujeres, pero muchas razas ya no limitan el tamaño del equipo.

Las raíces de las carreras de aventura son profundas y la gente debate el origen de la carrera de aventura moderna. Algunos apuntan a los dos días de Karrimor Maratón Internacional de las Montañas, que se celebró por primera vez en 1968 como el nacimiento de la moderna carrera de aventura. En 1980, el Alpinelronman se celebró en Nueva Zelanda, donde competidores individuales corrían, remar y esquiamos a una meta distante. Más tarde ese año, el creador del Alpinelronman, RobinJudkins lanzó la raza más conocida de raza Costa, que involucró a la mayoría de los elementos de la moderna carrera de aventura: trailrunning, ciclismo y remo. Independientemente, la raza americana del Norte, Alaska Mountain WildernessClassic debutó en 1982 e involucró a seis días de carreras de desierto admitidos a través de un curso de 150 millas. Se continúa en la actualidad, el cambio de los cursos cada 3 años.

En 1989, la era moderna de las carreras de aventura había llegado claramente con el lanzamiento del Raid Gauloises en Nueva Zelanda de Gerald Fusil. Inspirado en el Rally Paris-Dakar, Fusil prevé una carrera al estilo de expedición ampliado en el que los competidores se basan en sus propias fuerzas y habilidades para atravesar terrenos grandes y desafiantes. La carrera incluye todos los elementos modernos de carreras de aventura, incluyendo equipos mixtos que compiten en un multi-día carrera de 400 millas.

En 2001, se celebraron los Campeonatos del Mundo de inauguración en Suiza con el equipo Nokia cruzar la línea de llegada primero Adventure. El concepto de un campeonato del mundo permaneció latente hasta que fue revivido en 2004, con la incursión de Canadá, la porción extrema del Norte como el evento del Campeonato Mundial de la AR en Terranova y Labrador. El AdventureRacingWorld Series y su penúltimo evento, el Campeonato del Mundo de AR se han celebrado todos los años desde entonces. El 2013 fue el AdventureRacing Costa Rica en Costa Rica y, el 2014 se celebrada en Quito Ecuador, que es oficialmente la sede del Campeonato Mundial de Carrera de Aventura 2014 (ARWC 2014) evento de aventura extrema, que desafía la templanza mental y el esfuerzo físico durante más de 5 días, en un recorrido sin igual de más de 700 kilómetros

Sin duda el Campeonato Mundial de Carrera de Aventura es un gran referente de adonde debemos apuntar y conseguir como destino con gran potencial para el deporte de aventura, aprovechando que el presente producto turístico cuenta con una gran diversidad natural y espacios geográficos de la región que son acordes a las necesidades de deportes de este tipo.

5.11. Análisis de la comercialización

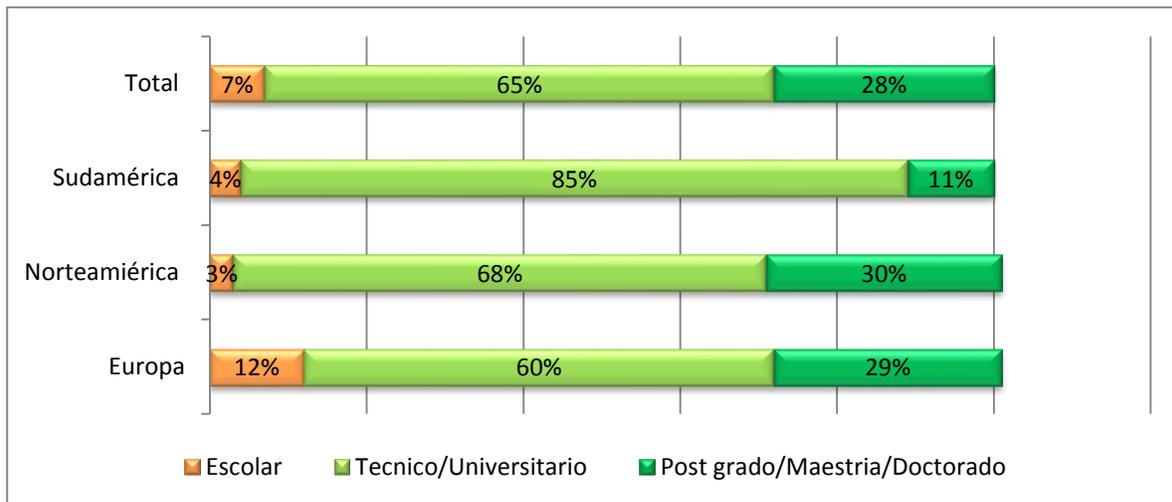
La comercialización está realizada en función al análisis que se realizó en el departamento de La Paz, específicamente en el contorno y lugares cercanos al Municipio de Coroico, lugar donde se realizó el Estudio de Mercado, estudio que

permitió determinar el producto destinado a la venta, de acuerdo al precio referencial que rige el mercado de productos similares, la promoción necesaria para atraer al segmento de mercado; que consiste el uso y apropiación de todos los canales utilizados para comercializar el producto a los clientes meta.

5.11.1. Estrategia de comercialización

De acuerdo al estudio realizado para Sudamérica y con los datos proporcionados por el presente estudio, podemos identificar que los segmentos importantes son de los países de Sudamérica, Norteamérica y países de Europa, identificando edades de entre 18 a 24 años, que concentran a técnicos u estudiantes de universidades que gustan de la aventura, como se observa en el siguiente gráfico:

Gráfico N°34 Clientes Potenciales



Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado del presente proyecto 2015

Para captar a los clientes potenciales se procederá a darles a conocer la oferta del producto mediante la estrategia de promoción y difusión. Que se detalla en el mismo documento.

5.11.2. Estrategia de producto

La oferta del proyecto incluye una variedad de actividades que conforman un mismo producto turístico, en el presente proyecto todas se encuentran ligados al turismo de aventura; actividades de esfuerzo físico y mucha adrenalina:

- **Trekking;** también conocido como senderismo, actividad que se realiza por senderos y caminos existentes en ambientes naturales. Deporte que ayudara a difundir la riqueza natural y cultural de los caminos precolombinos de La Paz.
- **Biking;** bicicleta de montaña o bici de montaña, practicada en montañas o en campos abiertos, que permiten disfrutar de la belleza de la naturaleza, así aprovechando la gran diversidad de naturaleza de los yungas paceños.
- **Rafting;** El rafting consiste en descender por un río a bordo de una embarcación a remo. Actividad que de igual forma aprovecha los recursos naturales de los yungas paceños.
- **Rappel;** deporte de extremo que consiste en el descenso de quebradas abundantes y conocidas en el municipio de Coroico.

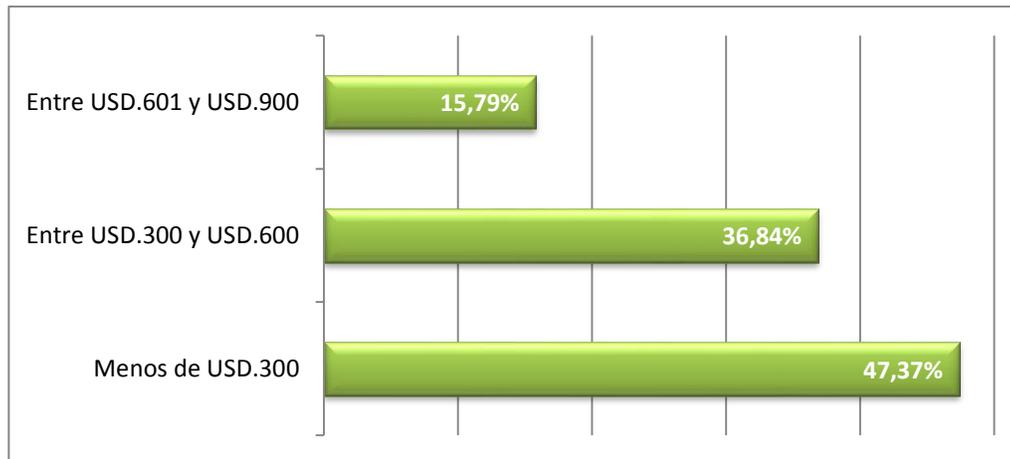
5.11.3. Estrategia de precio

Según los datos de las empresas operadoras de turismo y todos los sectores relacionados a la actividad turística de la región de estudio, y la consulta del beneficio que traería la implementación del presente producto turístico, todos los sectores manifestaron que están de acuerdo con la implementación del mismo, que traerá beneficios para la región, que mínimamente este tipo de eventos debe tener una duración de tres a mas días.

Con relación al precio, que será resultado de la sumatoria de toda la logística, equipos y organización para este tipo de eventos, y como resultado de las encuestas

realizadas a operadores de turismo, tenemos como resultados que este debería estar por los 300 USD, como se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico N°35 Cuanto estaría dispuesto a pagar



Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado 2015

Como resultado del estudio, podemos observar que una mayoría (47%), cree por conveniente por cobrar entre 300 USD, seguido de un porcentaje del 36% que menciona que es mejor cobrar de entre 300 a 600 USD, costos que pueden ser muy aceptados en mercados internacionales y que a su vez deben ser equitativos a la prestación del servicio y alquiler de equipos adecuados para la competencia, por lo que no se tiene un precio exacta para el producto turístico, sino que el mismo debe justificar la logística y equipos necesarios para el evento.

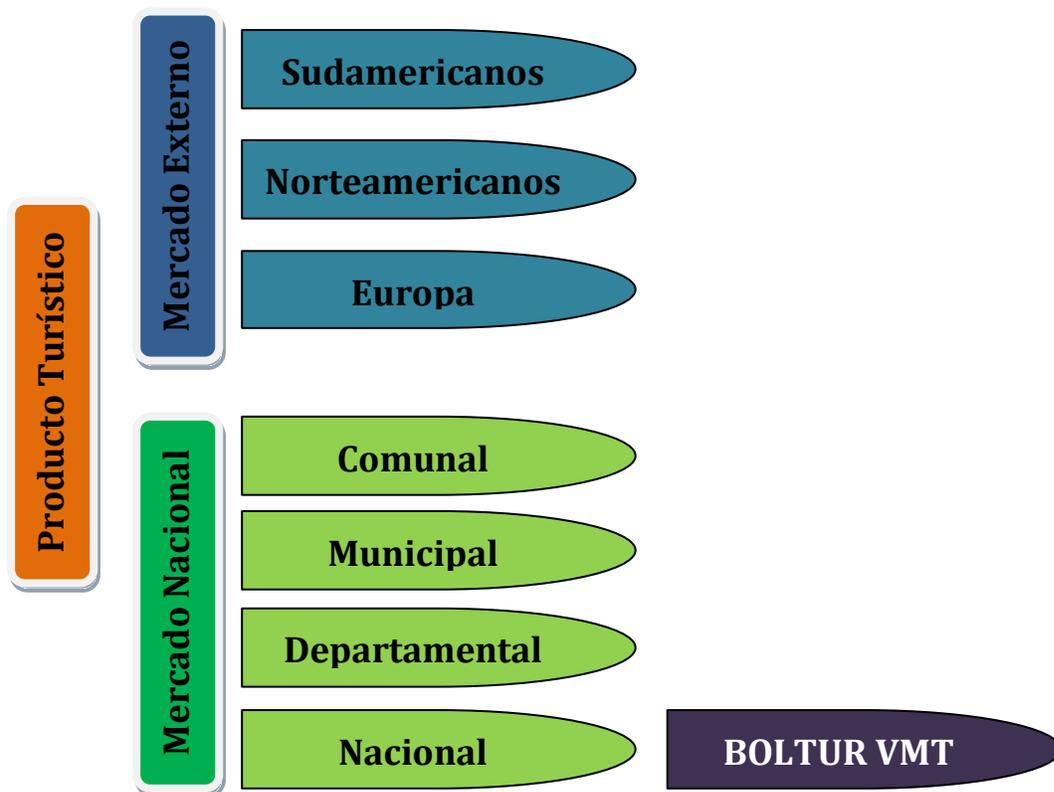
5.11.4. Estrategia de plaza

La logística del nuevo producto está representada en el gráfico a continuación, donde se plantea que exista una distribución interna y otra externa.

- a. La distribución interna se refiere a la comercialización dentro del mismo Municipio de Coroico, para aquellos visitantes que se desplacen de forma libre e independiente al destino.

- b. La distribución externa se realiza a través de las operadoras de turismo, agencias de viajes y la misma empresa estatal de turismo del VMT “Empresa Estatal Boliviana de turismo”, para captar los mercados meta, es decir, a los principales mercados del departamento de La Paz.
- c. En el caso de mercados extranjeros, siendo que este es un mercado fuerte y prioritario para el presente proyecto, con un alto poder adquisitivo, por lo cual es necesario desarrollar estrategias de comunicación (internet y otros), e incorporarlo dentro la estrategia nacional e internacional de turismo.

Gráfico N°36 Comercialización del producto en el mercado



Fuente: Elaboración propia con datos del Estudio de Mercado 2015

5.11.5. Estrategia de promoción y publicidad

La promoción es importante al igual que las actividades de comunicación, especialmente cuando esta quiere introducir al mercado nuevos productos, donde es recomendable dar una ideología del producto y una identidad propia.

Para dar a conocer del producto se plantean las siguientes estrategias de acuerdo al producto.

- **Competencia y adrenalina;** Resaltar la competencia y las diferentes disciplinas de deportes de aventura que conforman este tipo de competiciones en las que el rigor y la perseverancia ponen a prueba a los participantes y sus capacidades. Así mismo se debe destacar la combinación de tres o más disciplinas deportivas, las que tendrán contacto directo con la naturaleza, recorriendo montañas, valles y ríos.
- **Características geográficas y naturales de la región;** Destacar las características geográficas de los yungas de Coroico, sus valles tropicales y húmedos con montes elevados cubiertos de tupida vegetación y ríos caudalosos que ofrecen la posibilidad de disfrutar de un ambiente natural único y acogedor en medio de vegetación y clima tropicales.

5.12. Usuarios de la Infraestructura

De acuerdo al estudio de mercado realizado los usuarios más frecuentes del “Desafío de los Yungas” serán turistas nacionales en su mayoría provenientes de la ciudad de La Paz y El Alto, una pequeña minoría proveniente de otros departamentos. Cabe mencionar que los turistas extranjeros más frecuentes serán de procedencia Sudamericana en su mayoría Chilenos, Argentinos y en su minoría de procedencia Europea como Nueva Zelanda.

Para garantizar un flujo constante de los usuarios mencionados de la infraestructura se utilizara diferentes estrategias de promoción descritas en el Cuadro N° 26 Matriz de planificación del proyecto implementación del desafío de los yungas, para lo cual se tiene establecido invertir un monto total de Bs.- 1.925.000,00 utilizados durante los dos primeros años de ejecución.²⁸

5.13. Conclusiones del estudio de mercado

Por las características geográficas y paisajísticas, buen clima y contacto con la naturaleza, la región de Nor Yungas se ha posicionado en el mercado nacional e internacional como destino de NATURALEZA donde poco a poco inversionistas privados han iniciado nuevas alternativas de recreación donde el paisaje es el principal elemento; es así que el Mountain Biking, Canonyng, Rapel, Jumping, ala Delta, Parapente, Rafting, Kayaking, etc. con un toque de adrenalina se hacen presentes en esta región identificándola como un destino de deportes extremos o alto riesgo que aprovechando la naturaleza se realizan por diferentes operadoras de turismo que venden sus servicios generalmente al mercado internacional.

Lo que falta en este aspecto es que estas actividades reflejen el destino Yungas como un destino de naturaleza y deportes extremos aprovechando el paisaje como principal elemento de satisfacer necesidades humanas que cada vez se vuelven más complejas, Todos los esfuerzos se hacen por separado.

²⁸Ver Flujo de Caja financiero.

CAPITULO VI - PROPUESTA

6. PROPUESTA DE DESARROLLO

6.1. Generalidades

Desde el año 2005, el gobierno central incrementó la inversión a favor del turismo boliviano con financiamiento proveniente de la cooperación internacional. De la misma manera los gobiernos departamentales y municipales han ido mostrando más interés hacia el sector turístico designándole un mayor presupuesto.

Es el caso del municipio de Coroico que, gracias a la Ley 2074 y su Decreto Reglamentario 26085, ha sido declarado como “Zona prioritaria de desarrollo turístico”; según esta Ley, las autoridades nacionales, departamentales y locales deben promover acciones e intervenciones turísticas públicas y privadas para el desarrollo socioeconómico de la región. En esta línea es que el Municipio de Coroico ha ido incrementando su oferta turística, pero de manera espontánea y con iniciativa de organizaciones privadas, quedando parte de la promoción turística a cargo del gobierno municipal.

Así, el flujo turístico a Coroico es constante y por tanto, se ve la necesidad de prevenir efectos negativos producto del desarrollo incontrolable de este sector. Por ello, se vio por conveniente realizar esta investigación a fin de contribuir con un instrumento que dé inicio a la planificación del desarrollo turístico sostenible del destino Coroico. Este instrumento tiene el propósito de proveer datos de la oferta de los servicios turísticos. Además de averiguar la percepción, inquietudes y expectativas que tienen los actores que forman parte de esta actividad respecto al destino. Se entenderá como “actores” a los prestadores de servicios turísticos, a la superestructura turística, al turista extranjero e interno y, por supuesto, a la población local receptora.

6.2. Descripción del producto

Se denomina yungas a los valles fértiles situados entre las quebradas del flanco nororiental de la Cordillera Real. A 26 km de la ciudad de La Paz se encuentra la Cumbre, en la que se yerguen cimas eternamente nevadas. Desde este punto se va en descenso y se puede apreciar el cambio del panorama y del paisaje. El aire se hace más tibio y la vegetación se transforma; luego de tres horas de viaje ya se percibe por doquier huertos de naranjos, mandarinas, pomelos, limones y una exuberante vegetación propia de climas cálidos.

Los yungas de Coroico son valles tropicales y húmedos con montes elevados cubiertos de tupida vegetación y ríos caudalosos que ofrecen la posibilidad de disfrutar de un ambiente natural único y acogedor en medio de vegetación y clima tropicales. Congrega a grupos sociales de diferentes orígenes como aymaras, afrobolivianos y mestizos, los cuales conviven por el progreso de la región, siendo que en enero del 2004, Coroico ha sido declarado "Primer Municipio Turístico de Bolivia".

La vegetación es variada y abundante, con grandes plantaciones de café, coca y cítricos. Amplia variedad de aves (loros, palomas, perdices, uchis) y mamíferos (chancho de monte, monos, venados) etc. El pueblo de Coroico es el lugar turístico más visitado de los Yungas y se ubica en una pequeña meseta del cerro Uchumachi, flanqueado por los ríos Coroico, Santa Bárbara y Vagantes.

Desde el Uchumachi se tiene un panorama completo de toda la región. Entre los paseos que se pueden realizar está la caminata al Vagantes, un río que tiene pozas naturales, el camino precolombino de Chukura Apacheta y senderos por los alrededores del pueblo.

Cuadro N°24 Flujo de visitantes nacionales en los principales destinos turísticos de la Paz, 2010

VARIABLE	Lago Titicaca	Cordillera	Valles y Yungas	Madidi	La Paz y Alrededores
Flujo	117.021	Sd	49.000	491	373.357
Crecimiento	3,40%	Sd	Sd	1,01%	5,20%
Estadía	2D/1N	Sd	Sd	3D/2N	Sd
Gasto diario	Bs.- 68	Sd	Bs.- 138	Sd	Bs.- 197

Fuente: Elaboración propia en base al documento Destinos VMT 2011

Cuadro N° 25 Flujo de visitantes extranjeros y estadía media en los principales destinos turísticos de La Paz, 2010

VARIABLE	Lago Titicaca	Cordillera	Valles y Yungas	Madidi	La Paz y Alrededores
Flujo de Turistas	102.329	6.389	32.824	6.060	248.433
Crecimiento	7,10%	Sd	Sd	0,20%	3,10%
Estadía	2D/1N	Sd	3D/2N	3D/2N	4D/3N
Gasto diario	USD 51	Sd	Sd	USD 53	USD 55

Fuente: Elaboración propia en base al documento Destinos y Áreas Protegidas, VMT – 2011

6.2.1. Definición del Producto Principal

El evento Desafío Los Yungas está dirigido al segmento nacional e internacional principalmente a personas que practican todo tipo de deportes extremos y son

aficionados a participar en eventos como también a personas que requieren capacitación en las diferentes modalidades de actividades que se practican para lo cual se diseña una plataforma de capacitación con dormitorios diferenciados para damas y varones, aulas para las clases teóricas, área para entrega de equipo, vestidores, oficinas administrativas, comedor, baños y sala de instructores. Su ubicación está emplazada en la comunidad de Yolosita espacio acondicionado para dicho fin contando con el principal atractivo la naturaleza, clima.

El Desafío los Yungas está dividido en:

- **Programas de capacitación** dirigida a nacionales y extranjeros que disfruten de la práctica de deportes extremos y el perfeccionamiento de las habilidades adquiridas con proyección de participar en el evento DESAFIO LOS YUNGAS.

COMPONENTE DE DESARROLLO DE CAPACIDADES:

PROGRAMA

Según Parra y Calero, un programa “es un plan específico, en el que se concretan metas, políticas, procedimientos y reglas, así como todo aquel conjunto de elementos necesarios para seguir un curso de acción determinada, tendente a lograr objetivos específicos. Es un plan concreto, fechado generalmente a corto o mediano plazo, y que se refiere a una actividad o conjunto de actividades específicas. Se trata de un plan especialmente diseñado para alcanzar y una meta predeterminada, que goza de cierta autonomía e independencia.”²⁹

CAPACITACION

Para Chiavenato la capacitación “es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos desarrollan habilidades y competencias en función

²⁹ Parra, Eduardo, Calero, Francisco (2006) “Gestión y Dirección de Empresas Turísticas” 1ra edición, Mc Graw Hill, España, pág. 516.

de objetivos definidos. La capacitación entraña la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, así como de desarrollo de habilidades y competencias”

Para Weither y Davis dicen que la capacitación “es sinónimo de entrenamiento, auxilia a los miembros de la organización a desempeñar su trabajo y pueden contribuir al desarrollo de esta persona para cumplir futuras responsabilidades, por lo que la diferencia entre capacitación y desarrollo no siempre es muy clara. Aunque ambos no lleguen términos equivalentes siempre hay un dato inequívoco en todo los casos: la capacitación a todos los niveles una de las mejores inversiones en recursos humanos y una de las principales fuentes de bienestar para el personal de toda organización”.

ELEMENTOS DE PROGRAMA DE CAPACITACION

Es imprescindible mencionar lo que indica .Chiavetano acerca de los elementos del programa que se mencionan a continuación:

PLANEACION DE LA CAPACITACION

En este aspecto se incluye los siguientes puntos: el programa de capacitación requiere de un plan que incluya los puntos siguientes”

- ✓ Atender una necesidad específica para cada ocasión
- ✓ Definición clara del objetivo de la capacitación
- ✓ División del trabajo que se desarrollara en módulos, cursos o programas
- ✓ Determinación del contenido de la capacitación
- ✓ Selección de los métodos de capacitación

CONTENIDO DE LA CAPACITACION

Según Chiavenato el contenido de la capacitación puede incluir cuatro formas de cambio de la conducta:³⁰

³⁰ Chiavenato, Adalberto (2007) “ Administración de Recursos Humanos “, 8 va edición MC Graw Hill, Mexico.

- ✓ Transmisión de información: el contenido es el elemento esencial de muchos programas de capacitación, es decir la información que se imparte entre los educandos en forma de un conjunto de conocimientos.
- ✓ Desarrollo de habilidades y/o capacidades: sobre todo, las habilidades, las destrezas y los conocimientos que están estrechamente desarrollados con el desempeño con el desempeño del puesto presente.
- ✓ Desarrollo o modificaciones actitudes: se busca generalmente la modificación de actitudes negativas de los trabajadores para convertirlas en otras más favorables, como aumentar la motivación o desarrollar la sensibilidad del personal .
- ✓ Desarrollo de conceptos: la capacitación puede estar dirigida a elevar la capacidad de abstracción y concepción de ideas y filosofía sea para facilitar la aplicación de conceptos en la práctica de la administración, sea para elevar el nivel de generalización para desarrollar gerentes que puedan pensar en términos globales y amplios.

PASOS PARA LA CAPACITACION

Weither y Davis menciona pasos preliminares en la preparación de un programa de capacitación que se menciona de la siguiente manera:³¹

- ✓ Evaluación de necesidades: permite establecer un diagnóstico de los problemas actuales y de los desafíos ambientales que es necesario enfrentar. Debe tener en cuenta a cada persona, estas necesidades puede ser determinada por el capacitador o el empleado mismo la señalara.
- ✓ Objetivos de capacitación: estos objetivos deben estipular claramente los logros que se desean y los medios que se dispondrá. Deben utilizarse para comparar con ellos el desempeño individual.
- ✓ Programa real: es importante notar que los programas para que sean efectivos deben estar enfocados a: aptitudes, conocimientos, habilidades.

³¹ Weither, William; Davis, Keith (2000) "Administración de personal y recursos humanos", 5ta edición, McGRW-HILL, México, pág. 582.

BENEFICIOS DE LA CAPACITACION

Weither y Davis hablan de beneficios para el individuo que repercuten favorablemente en la organización especialmente a cada capacitado.

- ✓ Ayuda al individuo en la toma de decisiones y la solución de problemas
- ✓ Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo
- ✓ Contribuye positivamente al manejo de conflictos y tensiones
- ✓ Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas
- ✓ Incrementa el nivel de satisfacción con el puesto
- ✓ Permite el logro de metas individuales
- ✓ Desarrolla un sentido de progreso en muchos campos

Modulo I COMPRENDIENDO QUE ES EL TURISMO

Temas:

- Turismo según la OMT
- Que es el turismo
- Tipos de turismo
- Quien es el turista
- Tipos de turismo según la motivación de viaje
- Turismo cultural
- Turismo vivencial
- Los 4 elementos del turismo
- Efectos positivos
- Efectos negativos

MODULO II APRENDIENDO A TRABAJAR EN EQUIPO

Temas

- Quien es el guía de turismo
- Funciones de un guía turístico
- Técnicas de guiado
- La motivación
- El liderazgo

MODULO III PRIMEROS AUXILIOS

Temas

- Manejo de lesiones comunes
- Reanimación cardio pulmonar
- Lesiones oostemusculares sin heridas
- Esguince o torcedura
- Fracturas
- Luxación o dislocación
- Heridas abiertas
- Desmayos
- Quemaduras
 - Golpes y contusiones
 - Atragantamiento
 - Picaduras
 - El botiquín

MODULO IV CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

Temas

- Importancia del cuidado del medio ambiente
- Que es la contaminación
- Impacto ambiental
- Desarrollo sustentable
- Turismo sustentable
- Gestión de residuos (orgánicos e inorgánicos)
- Las 3 R (reducir, reutilizar y reciclar)

MODULO V TURISMO DE AVENTURA Y ENTRENAMIENTO

Temas

- Alimentación e hidratación
- Entrenamiento

- Calentamiento previo
 - Elongación posterior
 - Conocimientos, habilidades y límites
 - Responsabilidad y liderazgo individual
 - Dinámica de grupo
-
- **Realización del evento DESAFIO LOS YUNGAS** con la inscripción de equipos compuestos por 6 personas que participen en biking, trekking, cross country, zip line, ruffing y canoning; el evento dirigido el primer año al mercado nacional y a partir del segundo como evento internacional.

 - **Área VIP para espectadores** que asistan a los eventos nacionales e internacionales con capacidad para 100 personas.

6.2.1.1. Descripción General del Circuito

Como se hace referencia en el punto anterior, el DESAFIO LOS YUNGAS se divide en:

- Circuito del programa de capacitación; es un programa que se desarrollara dos veces al mes durante un fin de semana, se sale en la mañana temprano de la ciudad de La Paz con dirección a Nor Yungas para llegar a Yolosita después de una hora y media de recorrido, para dirigirse posteriormente al centro de alto rendimiento para el desayuno, registro de participantes y donde luego se realizan las actividades deportivas propias del programa. Incluye la alimentación, prácticas deportivas, registro y certificación del programa de capacitación.

- Circuito del evento DESAFIO LOS YUNGAS; se desarrolla una vez al año en un programa de 3 días con realización de actividades deportivas como trekking, biking, zip line, ruffing, canoning con la participación en el primer año de 5 equipos nacionales con 6 participantes.

- Circuito para el área VIP del evento DESAFIO LOS YUNGAS; contempla la asistencia de 100 espectadores en graderías acondicionadas y con servicios higiénicos para la observación de la llegada de los participantes del evento. Parte de la ciudad de La Paz temprano en la mañana, recorre la carretera hacia Coroico y en dos horas se llega hasta el lugar.

6.2.1.2. Atractivos turísticos Incluidos en el Circuito

Los atractivos turísticos incluidos en el circuito son los siguientes:

- Ciclovía
- Cotapata – Santa Barbara
- Cerro Uchumachi
- Plantaciones de cítricos
- Plantaciones de coca
- Poblaciones pintorescas: Yolosa, Suapi.
- Río Huarinilla
- Río Coroico
- Pozas del Vagante
- Cascadas
- Camino del Choro

Las fichas de estos atractivos se encuentran en el anexo 2, del presente documento

6.2.1.3. Servicios turísticos incluidos en el circuito

Los circuitos incluyen los siguientes servicios turísticos:

Programa de Capacitación:

- Transporte La Paz – Campamento Yungas – La Paz.

- Media pensión los días del programa que incluyen: desayuno buffet, almuerzo y refrigerios.
- Instructores calificados.
- Capacitación teórica y práctica.
- Alquiler de equipos.
- Traslados a los lugares de las prácticas.
- Certificación de capacitación teórica y práctica.

Evento DESAFIO LOS YUNGAS:

- Inscripción de equipos
- Participación en las 3 etapas del evento
- Primeros auxilios

Área VIP para el DESAFÍO LOS YUNGAS:

- Graderías móviles para los asistentes
- Baños móviles en cada etapa del desafío

6.2.1.4. Itinerario

El itinerario de referencia de los circuitos son los siguientes:

Programa de capacitación

DÍA 1

06:00 SALIDA DE LA CIUDAD DE LA PAZ

08:15 ARRIBO A CAMPAMENTO

08:30 DESAYUNO BUFFET

09:00 REGISTRO DE PARTICIPANTES

09:15 CAPACITACIÓN TEÓRICA

11:00 REFRIGERIO

11:15 CAPACITACIÓN TEÓRICA

13:00 ALMUERZO

14:30 CAPACITACIÓN PRÁCTICA
16:30 REFRIGERIO
16:45 CAPACITACIÓN PRÁCTICA
19:00 CENA
21:00 NOCHE LIBRE

DÍA 2

07:00 DESAYUNO
08:15 INICIO DE CAPACITACIÓN PRÁCTICA
11:00 REFRIGERIO
11:15 CAPACITACIÓN PRÁCTICA
12:30 ALMUERZO
14:30 EVALUACIÓN DE LOS PARTICIPANTES
16:15 REFRIGERIO
16:30 CERTIFICACIÓN
16:45 DESPEDIDA
17:00 RETORNO A LA CIUDAD DE LA PAZ
19:30 LLEGADA A LA CIUDAD DE LA PAZ

PROGRAMA DESAFIO LOS YUNGAS

DÍA 1

07:00 CONCENTRACION DE LOS EQUIPOS PARTICIPANTES
07:30 INAUGURACIÓN DEL EVENTO
08:30 SALIDA DE EQUIPOS PARTICIPANTES DESDE LA CUMBRE - BIKING
11:00 LLEGADA DE EQUIPOS BIKING A CHUSPIPATA
12:00 ALMUERZO Y DESCANSO
14:00 INICIO DEL VERTICAL ROUTE
17:00 FINALIZACIÓN DEL VERTICAL ROUTE
19:00 CENA DE CONFRATERNIDAD DE LOS EQUIPOS Y RUEDA DE PRENSA

20:30 DESCANSO DE LOS EQUIPOS PARTICIPANTES

DÍA 2

07:30 CONCENTRACIÓN DE LOS EQUIPOS PARTICIPANTES

08:00 INICIO DEL BIKING EN LA RUTA CHUSPIPATA – YOLOSA

11:00 FINALIZACIÓN DEL BIKING, LLEGADA A YOLOSA

12:00 ALMUERZO Y DESCANSO

14:00 INICIO DE LA ACTIVIDAD DE RAFTING YOLOSA - CARANAVI

17:00 FINALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD RAFTING

19:00 CENA

20:30 DESCANSO DE EQUIPOS PARTICIPANTES

DÍA 3

07:30 CONCENTRACIÓN DE LOS EQUIPOS PARTICIPANTES

08:00 INICIO DE LA ACTIVIDAD TREKKINGCARANAVI – COROICO

13:00 FINALIZACIÓN DEL TREKKING

14:00 ALMUERZO DE DESPEDIDA EN COROICO

15:30 PREMIACIÓN DE LOS EQUIPOS

16:00 CLAUSURA DEL EVENTO

17:00 RETORNO A LA CIUDAD DE LA PAZ

19:30 ARRIBO A LA CIUDAD DE LA PAZ

PROGRAMA VIP DEL EVENTO DESAFIO LOS YUNGAS

DÍA 1

07:00 CONCENTRACION DE LOS EQUIPOS PARTICIPANTES

07:30 INAUGURACIÓN DEL EVENTO

08:30 OBSERVACIÓN DE LOS EQUIPOS PARTICIPANTES DESDE LA CUMBRE -
BIKING

11:00 OBSERVACIÓN LLEGADA A CHUSPIPATA

17:00 OBSERVACIÓN DE LA LLEGADA DEL VERTICAL ROUTE

DÍA 2

07:30 CONCENTRACIÓN DE LOS EQUIPOS PARTICIPANTES

08:00 OBSERVACIÓN DEL BIKING EN LA RUTA CHUSPIPATA – YOLOSA

11:00 OBSERVACIÓN DE LA LLEGADA A YOLOSA

14:00 OBSERVACIÓN DEL INICIO DEL RAFTING YOLOSA - CARANAVI

17:00 OBSERVACIÓN DE LA LLEGADA DEL RAFTING A CARANAVI

DÍA 3

07:30 CONCENTRACIÓN DE LOS EQUIPOS PARTICIPANTES

08:00 OBSERVACIÓN DE LA SALIDA DE EQUIPOS DE TREKKING CARANAVI – COROICO

13:00 OBSERVACIÓN DE LA FINALIZACIÓN DEL TREKKING

14:00 ALMUERZO DE DESPEDIDA EN COROICO CON LOS PARTICIPANTES

15:30 PREMIACIÓN DE LOS EQUIPOS – TOMA DE FOTOGRAFÍAS

16:00 CLAUSURA DEL EVENTO

17:00 RETORNO A LA CIUDAD DE LA PAZ

19:30 ARRIBO A LA CIUDAD DE LA PAZ

6.2.1.5. Tarifas

El **programa de capacitación** es de dos días una noche tiene un precio de USD 350,00 e incluye: media pensión los dos días, uso de equipos especializados, instructores calificados, capacitación teórica, capacitación práctica y certificación del programa de capacitación. Específicamente se sale en la mañana temprano de la ciudad de La Paz con dirección a Nor Yungas para llegar a Yolosita después de una hora y media de recorrido, para dirigirse posteriormente al centro de alto rendimiento

para el desayuno, registro de participantes y donde luego se realizan las actividades deportivas propias del programa.

El **programa del DESAFIO LOS YUNGAS**; tiene una duración de 3 días y un precio por inscripción de equipos de 6 componentes de 5.000 Sus o su equivalente en Bs. 35.000 e incluye: participación del evento en sus 3 etapas, asistencia técnica y primeros auxilios, con realización de actividades deportivas como trekking, biking, zip line, rufting, canoning

El **programa VIP del DESAFIO LOS YUNGAS** contempla la asistencia de 100 espectadores en graderías acondicionadas y con servicios higiénicos para la observación de la llegada de los participantes del evento, tiene una duración similar al evento de 3 días y un precio por persona de USD 200 o su equivalente en bolivianos 1400 e incluye: participación en la concentración y largada de equipos, traslados a los puntos de salida y llegada de las etapas, graderías móviles, baños móviles, participación en la clausura del evento en el área especial, almuerzo con los participantes del evento, toma de fotografías y traslado Coroico . La Paz.

6.2.2. Descripción del Producto y Subproducto

Según el concepto genérico de Producto Turístico, la OMT lo define como el conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico, que reconoce a su principal insumo al atractivo turístico, en torno del cual giran una serie de elementos que permiten que se desarrolle la actividad turística. En un sentido más amplio se definiría como el conjunto de atractivos, equipamientos, servicios, infraestructuras y organizaciones que satisfacen una necesidad o deseo de los consumidores finales.

El producto turístico del país y del departamento engloba varios subproductos, que son representados con actividades específicas que dan sentido y cuerpo a un producto más grande, dentro el Plan Departamental de Turismo de La Paz se identificaron cuatro productos principales para el departamento de La Paz; naturaleza, cultura, aventura y turismo comunitarios, y subproductos turísticos como

el avistamiento de aves, culturas vivas, termalismo, congresos, compras, entre otros, los que son identificados por el VMT como potencialidades que deben desarrollarse y ser priorizadas para el desarrollo de la actividad turística a nivel nacional y departamental. Los subproductos identificados para este proyecto en específico son los siguientes:

Turismo Étnico: Como se ha puesto de manifiesto a lo largo de este trabajo, en el departamento de La Paz existen una gran cantidad de comunidades indígenas que han sabido preservar sus culturas y tradiciones. Los turistas procedentes de los países desarrollados, aprecian y encuentran especialmente interesante esta autenticidad que, en sus respectivos países, paulatinamente se encuentra en proceso de desaparición. Por lo tanto, los más de 36 grupos étnicos existentes, sus culturas, idiomas y tradiciones son argumentos suficientes para articular una oferta de turismo étnico que complemente la visita a otros recursos, tanto culturales como naturales, existentes en su entorno.

Turismo Gastronómico y Enoturismo: A pesar de que existen países en el entorno de Bolivia con una reputada gastronomía a nivel mundial, y con productos muy desarrollados de Enoturismo; la gastronomía es una parte muy importante de la cultura boliviana que tiene que encontrarse reflejada en este trabajo. Además, los turistas en su tiempo de vacaciones deben alimentarse para, por un lado, satisfacer una necesidad fisiológica y, por otro, como complemento de su experiencia vacacional.

6.3. Comercialización geográfica

El **Departamento de La Paz** se encuentra en la región occidental del país, en los límites con las Repúblicas de Perú y Chile. Departamento con una interesante muestra de la diversidad geográfica de Bolivia y cuna de culturas ancestrales y místicas preincaicas. Ubicado a 3.627 metros sobre el nivel del mar (Plaza Murillo), en los paralelos 16° 30' S - 68° 09' O, con una superficie de 113.985 kilómetros

cuadrados, con el 12% del territorio total del país y el 3er departamento de Bolivia por su superficie.

La región norte, desde los contrafuertes de la Cordillera Real, es una transición a la Amazonía surcada por varios ríos y poblada de bosques y llanos donde la naturaleza muestra su inmensidad y riqueza. En la región altiplánica a más de 3.800 metros de altura, con 283 metros de profundidad y una extensión de más de 9.000 kilómetros cuadrados, se encuentra la superficie navegable más alta del mundo, el sagrado y místico Lago Titicaca, cuna de culturas prehispánicas como la Wancarani, Chiripa, Tiwanakota e Inca.

El Municipio de Coroico está situado en la primera sección de la Provincia Nor Yungas del departamento de La Paz, a 97 kilómetros de la ciudad de La Paz hacia el noreste, que equivale aproximadamente a dos horas y media de viaje en transporte público. El camino de acceso a la capital del municipio-Coroico- comprende un tramo asfaltado entre La Paz- Cotapata, pero a partir de Yolosita, el camino es más estrecho, de tierra y luego empedrado hasta llegar a la ciudad de Coroico.

6.3.1. Comercializadores del producto

En el departamento y el país se identificaron principalmente a cuatro oferentes del nuevo producto turístico:

- **Operadoras de Turismo Mayorista** y/o minoristas; son aquellas encargadas de armar y estructurar paquetes turísticos, con quienes se debe articular la inserción y contemplación del nuevo producto turísticos dentro sus programas y circuitos turísticos.
- **Agencias de Viaje**, que son similares a las operadoras de turismo pero directamente relacionado con los posibles consumidores del producto turísticos, quienes comercializaran el servicio y diversificar la oferta en el municipio.

- **El Municipio de Coroico**, de forma particular e independiente el municipio podrá realizar la comercialización y venta de los servicios del nuevo producto turístico.
- **Empresa Estatal Boliviana de Turismo VMT, (Boltur)** empresa recién creada por el Viceministerio de Turismo y que bajo una coordinación y negociación, puede ofertar y comercializar el nuevo producto turístico.

6.4. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

6.4.1. Tamaño del proyecto

La determinación del tamaño del proyecto considero los siguientes aspectos:

- ▶ Capacidad de recepción de la infraestructura turística propuesta
- ▶ Dimensiones del terreno en el que se desarrollará el proyecto
- ▶ Disponibilidad de recursos financieros
- ▶ Impacto ambiental negativo
- ▶ Existencia de servicios básicos

En este contexto el tamaño del proyecto desde el punto de vista de oferta turística podrá albergar un flujo de **792 turistas** durante el primer año de ejecución

6.4.2. Localización del Proyecto

El estudio de localización del proyecto tiene como objetivo seleccionar la ubicación más conveniente para este teniendo en consideración:

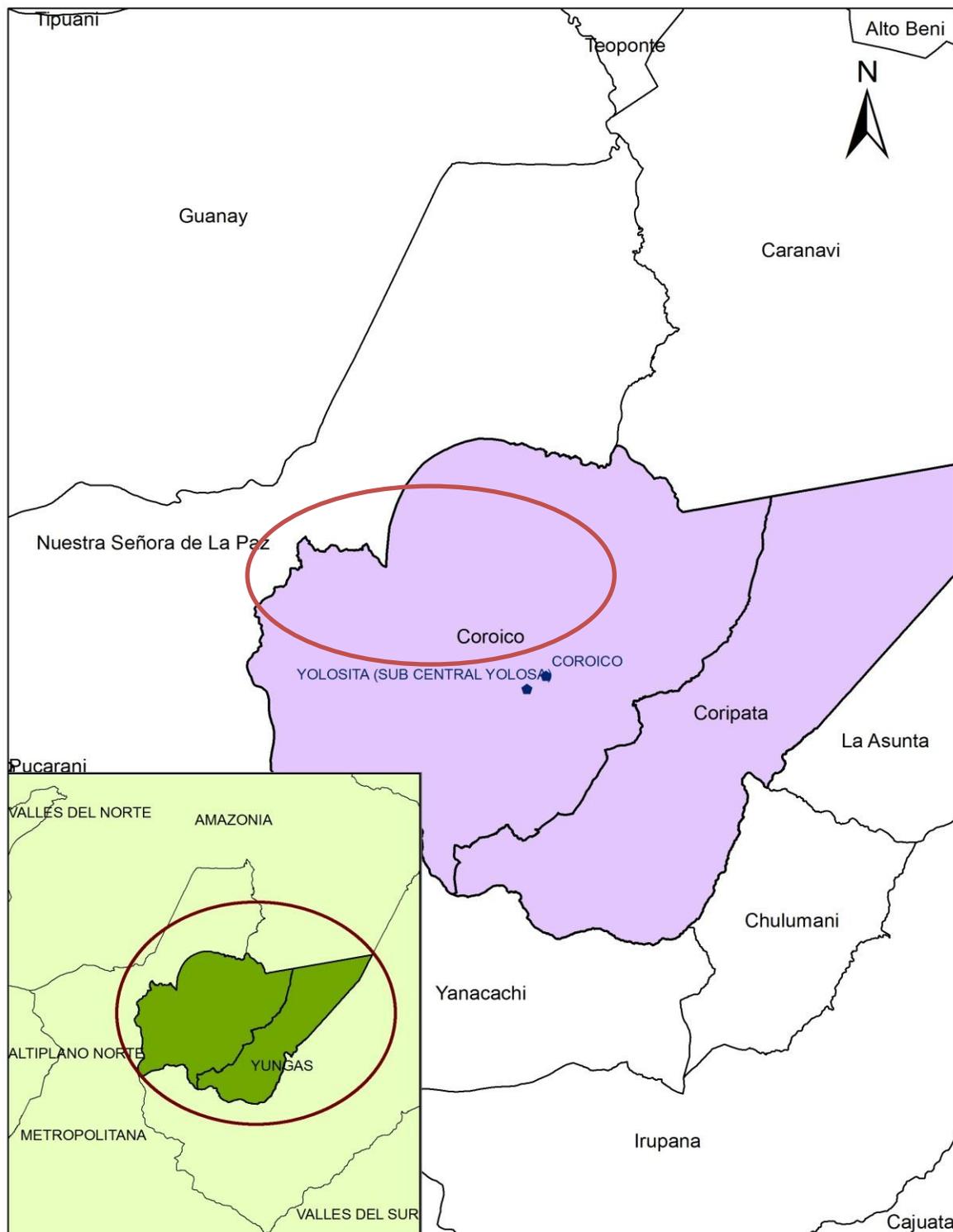
- ▶ Vías de acceso que interconectan las instalaciones turísticas con el recurso turístico.
- ▶ Secuencia de la visita turística, que deberá responder al ordenamiento lógico del itinerario de visita al recurso turístico.

- ▶ La ubicación actual de las instalaciones turísticas existentes
- ▶ Disponibilidad de terreno saneado y que se encuentre a nombre del Gobierno Autónomo Municipal de Coroico y/o de la Comunidad Yolosita, donde se ubicarán las instalaciones turísticas y otras edificaciones identificadas en el proyecto

6.4.2.1. Macrolocalización del proyecto

La macro localización del proyecto se circunscribe a los municipios de Coroico y Coripata, que son parte de la Región de los Yungas del Departamento de La Paz, geográficamente se encuentra a los 16°00'00" de Latitud Sur y 67°30'00" de Longitud Oeste, el acceso es a través de la carretera La Paz – Cotapata (carretera asfaltada) que vincula con el municipio de Coroico y por la carretera al municipio de Coripata por los tramos La Paz –Puente Villa –Coripata, (carretera de ripio), tal como se puede observar en el mapa siguiente:

Mapa N°3 Macro localización del proyecto



Fuente: Elaboración Propia en base a mapas del Proyecto de PDOT del Departamento de La Paz

principalmente en la cosecha de la hoja de coca con gran producción hacia su principal mercado la ciudad de La Paz y el interior del país.

Considerando que Coroico fue declarado por la Ley No. 2074 como el primer municipio turístico de Bolivia aún no ha podido posicionarse como un referente a nivel nacional porque la calidad de sus servicios son básicas que cubren las necesidades de segmentos de turistas nacionales; aún así por iniciativa privada se han ido desarrollando nuevas alternativas de turismo donde el principal protagonista es el turista a través de convertirse en partícipe de las actividades que realiza como el puenting, ala delta, parapente, kayaking, rafting entre las principales.

Se han identificado que existen cerca de 20 empresas que ofrecen únicamente productos de deportes extremos en Yungas y que sus condiciones de operación son aceptables y con buen nivel de capacitación, lamentablemente los precios de estos productos no son accesibles a ciertos segmentos de mercado por lo que se limita de cierta manera la decisión de poder realizar estas actividades por precios y por falta de infraestructuras de apoyo y logística durante los recorridos.

6.5.2. Situación con Proyecto

Bajo estas premisas el posicionamiento de la región como referente a nivel nacional e internacional depende de la suma de actividades a través de dos eventos a nivel nacional durante los primeros dos años y luego el lanzamiento de nivel internacional, incluidos en la oferta turística de la región generando oportunidades de empleo, beneficios económicos para las familias donde se desarrolle el evento y un producto desarrollado en espacios naturales para volver al turista en protagonista de ese espacio, manteniendo y respetando los valores culturales y naturales.

El concepto del producto pretende rescatar la conjunción de actividades de deportes extremos que habitualmente se ofertan por separado dando la alternativa de dos eventos anuales aprovechando las características del paisaje, dirigido a un segmento

de mercado atractivo en términos de flujos, crecimiento y más que todo capacidad de gasto para este nuevo tipo de eventos.

Cuadro N°26 Matriz de Planificación del Proyecto Implementación del Desafío de los Yungas

Enunciado del Objetivo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<p>FIN (OBJETIVO DE DESARROLLO)</p> <p>Fortalecer e impulsar los emprendimientos, actividades y operaciones de turismo comunitario y de microempresas rurales para incrementar los beneficios económicos y sociales de las regiones, municipios y/o comunidades donde desarrollen sus actividades.</p>	<p>Se ha incrementado el gasto turístico promedio de los turistas extranjeros y nacionales que visiten la región de los Yungas de por lo menos en un 15% respecto al actual</p> <p>Se han generado ingresos por turismo en la región de Bs. 2.343.705 desde el 2do año del proyecto y estos ingresos crecen al 7,5% cada año desde el 2do año del proyecto.</p>	<p>Estadísticas de Emprendimientos comunitarios o microempresas rurales en operación a nivel municipal por parte del G.A.M.C.</p> <p>Estudio de la influencia del turismo en las actividades familiares e ingresos familiares.</p> <p>Informe del gasto turístico por región al 2018 y al 2020.</p>	<p>Existe compromiso a nivel local para el desarrollo de proyectos de turismo comunitario y emprendimientos rurales</p> <p>Se mantiene el interés del mercado internacional por la oferta de regional turística del departamento de La Paz</p>
<p>PROPÓSITO (OBJETIVO GENERAL)</p> <p>Incrementar el flujo turístico de aventura en la región de Nor</p>	<p>Se ha incrementado el flujo turístico en la región Yungas en un 7,5% anual.</p>	<p>Estadísticas y estudios de flujo turístico en los yungas</p>	<p>El segmento nacional y local participa los dos primeros años del evento nacional</p>

Enunciado del Objetivo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
Yungas	Se han aglutinado las actividades de aventura extrema en un 50%	Estudio de satisfacción de la Demanda	La oferta turística de la Región esta posicionada como destino de aventura extrema
<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>1. Desarrollar la ruta turística la Paz – Coroico.</p> <p>2. Construir Plataformas para la realización de los eventos nacionales e internacionales de turismo de aventura.</p> <p>3. Posicionar el Desafío Yungas en el mercado nacional e internacional como actividades de aventura extrema</p>	<p>1.1. ruta turística consolidada</p> <p>2.1. Se cuenta con 3 plataformas operando y funcionando a los seis meses de ejecución del proyecto.</p> <p>2.2. La Gestión y Administración del Proyecto está a cargo de una Organización Municipal Comunitaria Privada que opera estándares de calidad a los seis meses de funcionamiento.</p>	<p>Informe de Entrega Final del Proyecto</p> <p>Documentos de acuerdo con operadores nacionales</p> <p>Pauteo de difusión en medios de comunicación internacional de la promoción del producto.</p>	<p>Existe buenas condiciones de accesibilidad hacia la región desde la ciudad de La Paz</p> <p>Los tour operadores nacionales están interesados en diversificar su oferta para el mercado internacional.</p> <p>La concurrencia entre el Municipio y la Gobernación se mantiene</p>

Enunciado del Objetivo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
	<p>2.3. Dos eventos nacionales realizados del Desafío de los Yungas establecidos con operadores nacionales.</p> <p>1.1. Se ha difundido la oferta del producto en tres mercados internacionales de interés en el primer año de operación.</p>		<p>Los flujos de financiamiento son continuos y oportunos para la ejecución del proyecto.</p>
<p><u>ACTIVIDADES</u></p> <p>COMPONENTE: INFRAESTRUCTURA</p> <p>➤ Se construirá un centro de capacitación para turistas y deportistas nacionales e internacionales que busquen competir en la ruta el Desafío de los Yungas</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Saneamiento del derecho propietario de los predios en los que se realizará la infraestructura. ▶ Obtención de la Licencia Ambiental para la construcción y equipamiento del Centro. ▶ Obtención de la Autorización de Construcción ▶ Construcción de la infraestructura, según el diseño previamente elaborado. 		<p><u>COMPONENTE: INFRAESTRUCTURA</u></p> <p>Bs. 1.804.249</p>	

Enunciado del Objetivo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Adquisición y traslado del equipamiento y decoración, para todas las áreas funcionales del Centro. ▶ Instalación del equipamiento y decoración del Centro. <p>COMPONENTE: DESARROLLO DE CAPACIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Se cuenta con un programa de desarrollo de capacidades turísticas para los prestadores y operadores turísticos que desarrollan sus actividades en la región Nor Yungas del Departamento de la Paz <ul style="list-style-type: none"> ▶ Diseño participativo del Programa de Desarrollo de Capacidades ➤ Miembros de los Municipios de Coroico y Coripata, tour operadores y guías de turismo con competencias básicas para iniciar el evento el Desafío de los Yungas. <ul style="list-style-type: none"> ▶ Selección de miembros participantes del proceso. ▶ Contratación de consultores por área de especialidad. ▶ Implementación del programa de desarrollo de capacidades ▶ Evaluación periódica del proceso y ajustes. ▶ Organización de un primer grupo de trabajo para iniciar operaciones. ▶ Asistencia técnica continua para el perfeccionamiento de las capacidades operativas. ▶ Implementación del componente de gestión del programa de desarrollo de capacidades 		<p><u>COMPONENTE DESARROLLO DE CAPACIDADES</u></p> <p>Bs. 62.140</p>	

Enunciado del Objetivo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<ul style="list-style-type: none"> ▶ transferencia paulatina de funciones y responsabilidades de gestión ▶ - Evaluación periódica y ajuste de actividades. <p>COMPONENTE: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Estrategia de posicionamiento definida y aplicada los tres primeros años de ejecución del proyecto. <ul style="list-style-type: none"> ▶ Definición de imagen de marca y línea gráfica ▶ Elaboración de estrategia de posicionamiento y comunicación para los tres primeros años. ▶ Implementación del plan de comunicación ▶ Evaluación cuatrimestral de avances y resultados de la aplicación de las acciones de comunicación ▶ Ajuste de las acciones de comunicación con base en el resultado de las evaluaciones. ▶ Elaboración de la estrategia de comunicación para los siguientes tres años de operación. ➤ Seis acuerdos comerciales establecidos y consolidados al tercer año del proyecto. <ul style="list-style-type: none"> ▶ Determinación de la estrategia de comercialización y política de precios ▶ Establecimiento de alianzas comerciales. 		<p><u>COMPONENTE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN</u></p> <p>Bs.- 725.000</p>	

FORTALECIMIENTO DE LA RUTA 'EL DESAFÍO DE LOS YUNGAS' EN EL MUNICIPIO DE COROICO

Enunciado del Objetivo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
	<ul style="list-style-type: none">▶ Fidelización de los canales de comercialización.▶ Evaluación semestral de resultados y avances en la aplicación de la estrategia de comercialización.		

Fuente: Elaboración propia

6.6. INGENIERÍA DEL PROYECTO

6.6.1. Estudio del tamaño del proyecto

El área requerida para el área de emplazamiento de la infraestructura es de 4843.95 m²

La dimensión de la infraestructura del Centro de Capacitación es de 678.85 m², esta área total comprende:

AREA AULAS

Recepción

1 sala de espera semi abierta

2 Aulas teóricas

1 Aula de plenario

Batería de baños diferenciados

AREA EQUIPOS

Vestidores

Área de entrega de equipo

Vestidores con baños y duchas de instructores

AREA ADMINSITRATIVA

Sala de recepción

Oficina Director

AREA HOSPEDAJE

1 habitación común varones

1 habitación común damas

Batería de baños y duchas diferenciados

AREA SERVICIOS

- Cocina
- Cuarto de refrigeración
- Comedor para 30 personas
- Batería de baños diferenciados
- Vivienda portero

6.6.2. Estudio de la localización

Datos Generales de Localización:

Departamento	La Paz
Municipios	Coroico
Comunidad	Yolosita

Descripción de las zonas:

Sitio	Descripción	Mapa zonal
Comunidad de Yolosita	El lugar de emplazamiento se encuentra a 3.5 km de la comunidad de Yolosita, sobre un camino de tierra. Presenta vegetación mediana y baja. La morfología del terreno de la zona es de altas	

	pendientes y laderas pronunciadas.	
--	------------------------------------	--

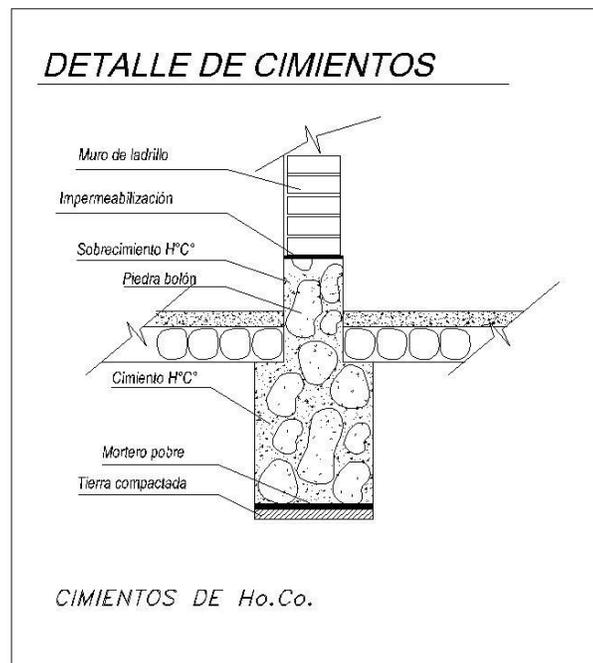
6.6.3. Descripción del proyecto

6.6.3.1. Proceso constructivo

Está determinado por sus componentes constructivos:

Cimentación: El suelo presenta a simple vista una formación geológica pedregosa, con poca presencia de arenas y material vegetal, por lo cual se planteó cimentación tradicional de hormigón ciclópeo, con dosificación de piedra deslizadora.

Debido que los muros de cerramiento son de piedra, que funcionaran como muros portantes, no se planteó estructura de hormigón armado, por lo tanto no se contara con cemento aislado – zapatas.



Estructura: Como se dijo, los muros planteados son de mampostería de piedra, los cuales funcionarán de muros portantes, por lo que no se propuso columnas de hormigón armado.

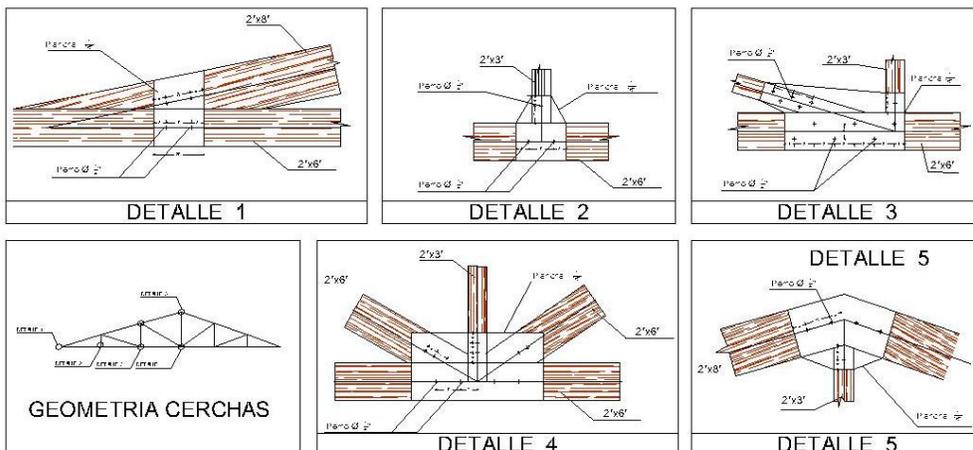
Cerramientos: Los muros perimetrales y los ubicados estratégicos serán de piedra – mampostería, sin revestimientos internos ni externos. Los muros interiores y de división serán de ladrillos de seis huecos.

Pisos: Los pisos interiores y exteriores serán de cerámica, con textura anti deslizante, se propone cerámicas de industria nacional.

Revoques: Los revoques sobre los muros de ladrillo, serán de cal. Se aplicará pintura látex sobre los revoques. Los revoques de los cielos y de los aleros serán también de estucos, sobre entranquillado de madera de sección de dos pulgadas por lado.

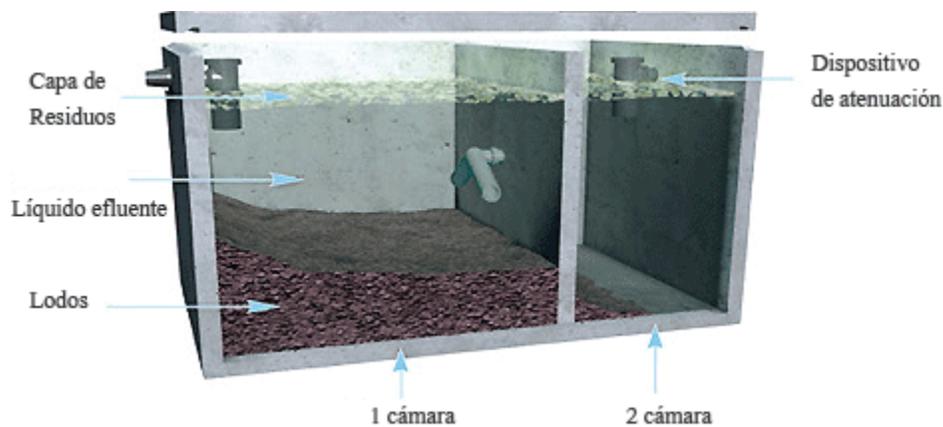
Revestimientos húmedos: En el caso de baños y cocina, se usará cerámica, con una altura mínima de 1.5 m, los colores deberán ser definidos en instancias de supervisión y fiscalización.

Cubierta: La cubierta planteada es de teja tipo española, sobre una estructura de madera, con uniones de ensamble, y en los casos de mayor luz, con cimbras metálicas. En los planos se detallará las uniones y/o ensambles. La pendiente será de 30 %, de tal manera se pueda evacuar con facilidad aguas pluviales, nevadas y granizos.

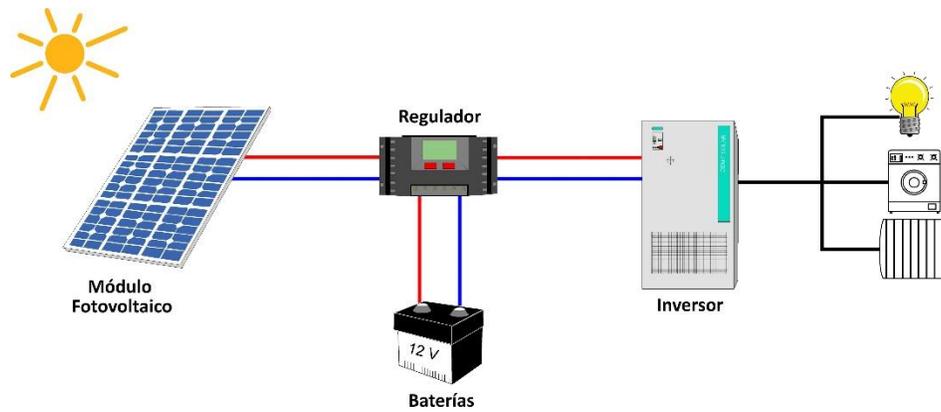


Instalación Hidráulica: El sistema de agua potable, será a través de un pozo con una carcama de 10 m de profundidad. El agua extraída a través de una bomba sumergible, será almacenada en un tanque elevado, para luego ser distribuida a los artefactos por simple gravedad.

Instalación Sanitaria: El sistema de evacuación será a través del sistema de tuberías tradicionales, cámaras de inspección e inicialmente evacuados y almacenados en una cámara séptica, para luego pasar a un pozo de absorción para la eliminación de líquidos libres de patógenos.



Instalación Eléctrica: Para lo cual se planteó un sistema de paneles fotovoltaicos de captación solar, en un número de 13 paneles, orientados hacia el norte. Sin embargo se planteó también un pequeño generador de luz, en caso de emergencias. También se consideró el sistema de pararrayos, en consideración de ser una zona con índices de altas descargas eléctricas naturales.

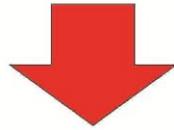
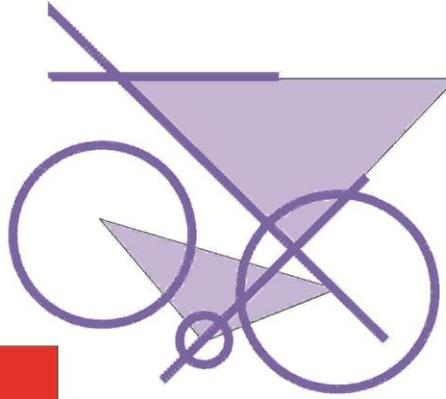


Morfología.-

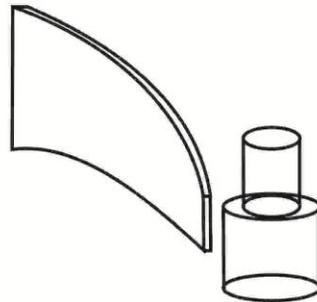
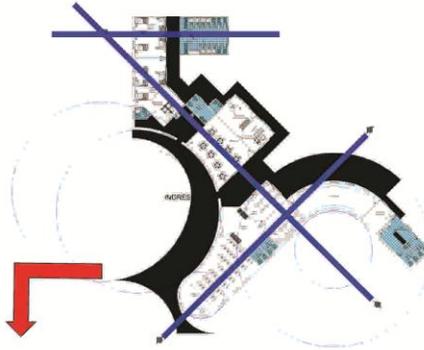
La génesis de la creación morfológica se plantea a través de la generación de triángulos y directrices de los mismos, que al ser combinados con círculos concéntricos, permiten establecer un partido arquitectónico en base planta, el mismo al ser elevado, genera volúmenes octogonales y orgánicos.

En la parte frontal del edificio se plantea un muro elevado de línea curva que va creciendo a escalonadamente, a manera de pórtico de ingreso, proponiendo su construcción con piedra cortada. Otro volumen que se destacara en el ingreso será una estructura de madera, de base circular, construido en madera, emulando un mirador.

PLANOS
GENERADORES

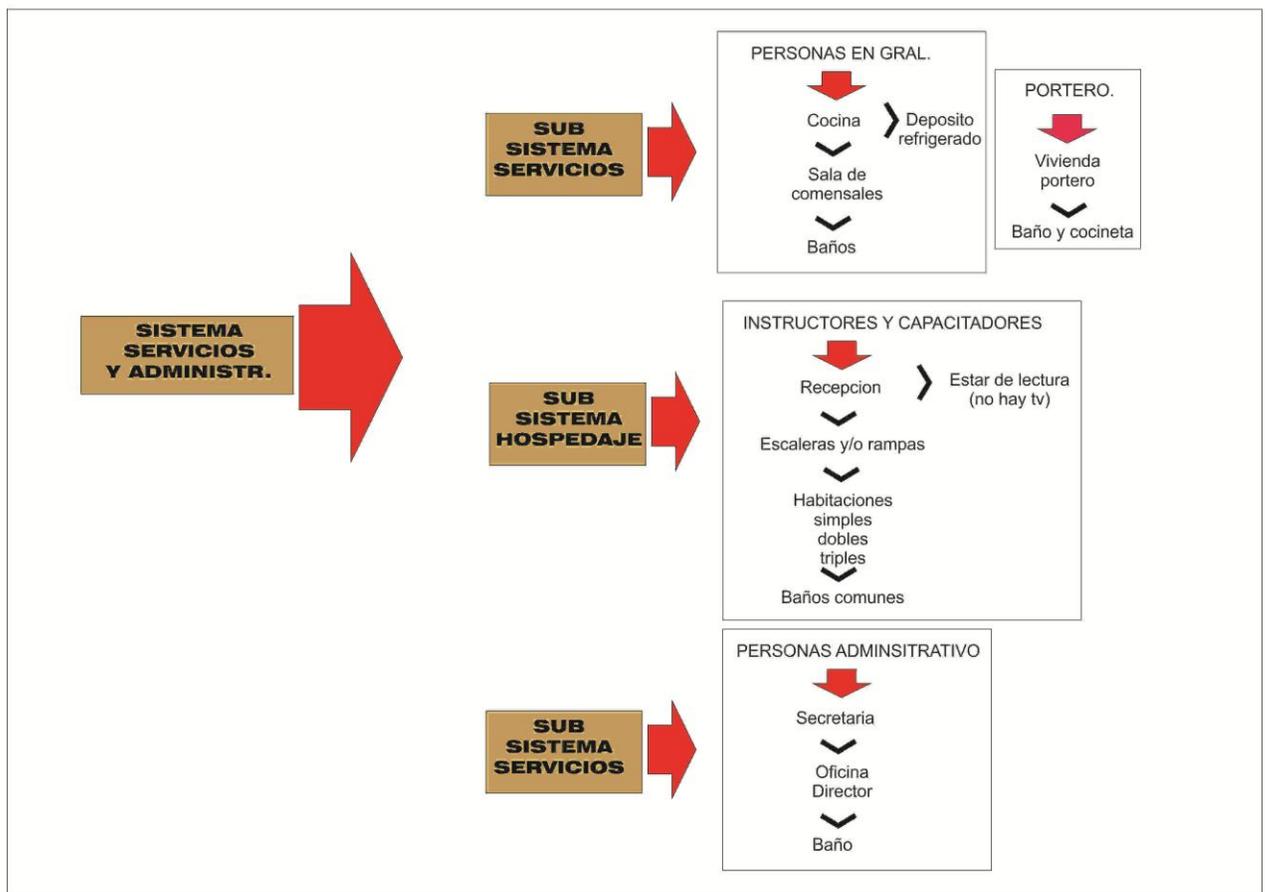
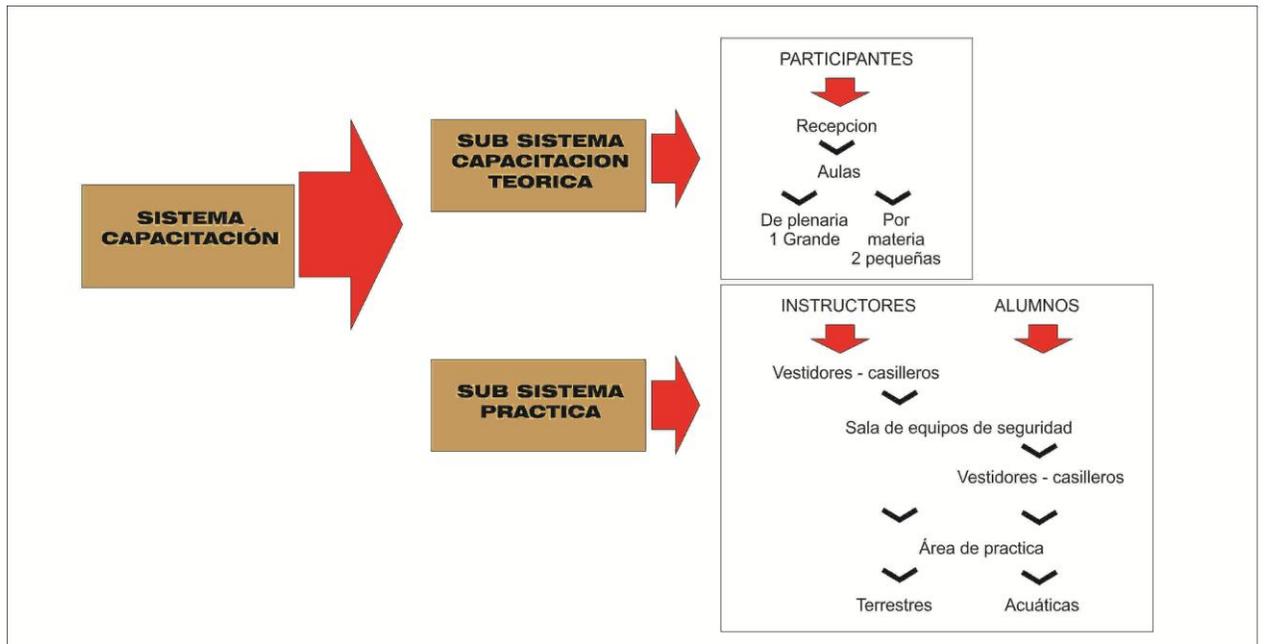


DIRECTRICES
APLICADAS



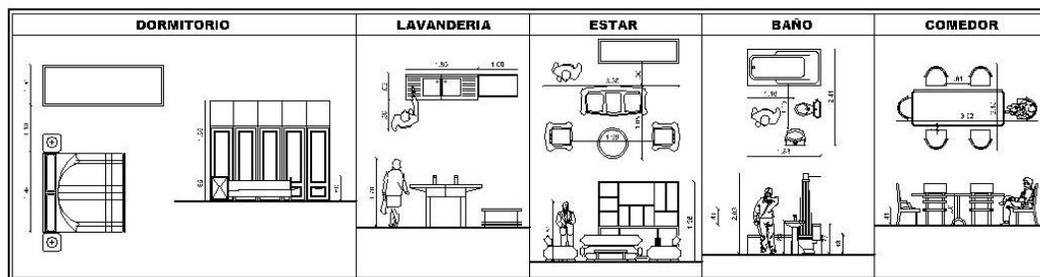
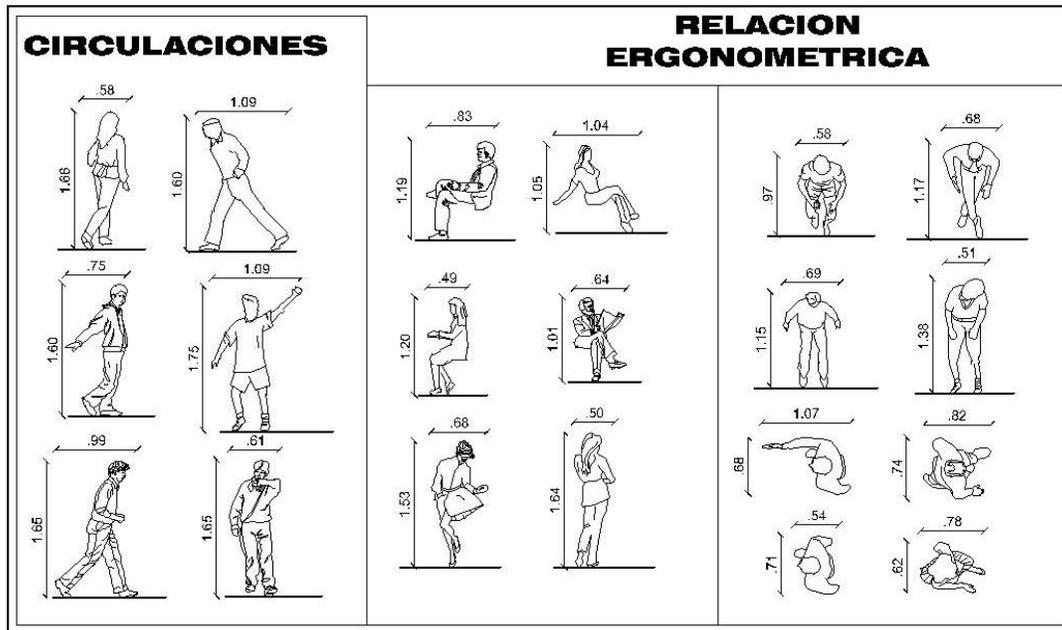
VOLÚMENES
DESTACABLES

Estructura Espacial



Funcional

Los parámetros y criterios que definieron los espacios, la funcionalidad y sus dimensiones son convencionales, en la relación antropométrica y



6.7. ESTUDIO DE EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO

La ley de medio ambiente establece como objetivo “la protección y conservación del medio ambiente y los recursos naturales, regulando las acciones del hombre con relación a la naturaleza y promoviendo el desarrollo sostenible”.

De acuerdo a esta premisa se establece, que toda actividad obra o proyecto AOP pública o privada, con carácter previo a su fase de inversión, deben contar obligatoriamente con la identificación de la categoría de evaluación de impacto ambiental, asimismo aquellas AOP's que por sus características requieran del Estudio de Evaluación de Impacto Ambiental EEIA con carácter previo a su ejecución, deberán contar obligatoriamente con la Declaratoria de Impacto Ambiental - DIA (Licencia Ambiental).

Por otra parte en la reglamentación a la ley de medio ambiente, se establecen los procedimientos para la obtención de la Licencia Ambiental, dicho proceso se inicia con la presentación de la Ficha Ambiental ante la Autoridad Ambiental Competente, una vez evaluada la Ficha Ambiental por parte de las instancias pertinentes se obtiene la categoría (nivel de 1 a 4) (ver anexo 5)

6.7.1. Alcance del estudio ambiental

El alcance de la evaluación de impacto ambiental se limita a las fases de ejecución, operación, y mantenimiento del centro de capacitación del proyecto en el marco del proyecto Fortalecimiento de la ruta "El desafío de los Yungas" en el Municipio de Coroico

6.7.2. Objetivos del estudio ambiental

6.7.2.1. Objetivo general del Estudio Ambiental

El objetivo general del Estudio de Evaluación de Impacto Ambiental es el de identificar, predecir y evaluar los impactos ambientales que podrían producir las actividades en las etapas de ejecución, operación y mantenimiento sobre los factores físicos, bióticos y antrópicos del área del proyecto, a fin de proponer medidas que prevengan la ocurrencia de estos impactos y que mitiguen el efecto de los mismos, además de las acciones necesarias para

controlar y hacer el seguimiento de la adecuada implementación de las medidas propuestas.

6.7.2.2. Objetivos específicos del Estudio Ambiental

- Elaborar la Ficha Ambiental del proyecto.
 - Identificación de los posibles impactos ambientales, tanto positivos como negativos, que pudieran causar estas actividades en el ambiente y en sus factores ambientales.
 - Evaluación de los impactos ambientales identificados.

6.7.3. Metodología aplicada.

La metodologías aplicadas para la evaluación ambiental es la descrita en el Reglamento de Prevención y Control Ambiental – RPCA de la ley de medio ambiente, que consiste en la obtención de la declaratoria de impacto ambiental DIA, la cual inicia con la presentación de la Ficha Ambiental.

6.7.4. Conclusiones y recomendaciones

La adecuada gestión ambiental del proyecto de acuerdo a lo establecido en la normativa ambiental vigente permitirá mitigar y prevenir los impactos identificados así como aquellos que pudiesen presentarse en el desarrollo del proyecto en sus distintas etapas.

6.8. EVALUACION SOCIOECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO

El planteamiento de un proyecto de inversión se realiza para la toma de decisiones económicas en base a la comparación de la relación de

beneficios y costos en un período determinado conocido como horizonte del proyecto, para este fin se realiza la evaluación del proyecto que puede definirse como un conjunto de técnicas para el analizar las ventajas o desventajas derivadas de la asignación de recursos a una inversión, cuyo resultado sirve para una mejor toma de decisiones por parte de los agentes públicos o privados.

Esta evaluación permite comparar la relación entre beneficios y costos para poder establecer indicadores de rentabilidad y minimización los riesgos de ejecutar el proyecto.

Desde la óptica privada se tiene la evaluación financiera que permite determinar la rentabilidad para decidir si es conveniente o no realizar la inversión desde el punto de vista del inversor, pero cuando un proyecto se constituye de orden público y los beneficios son para un determinado segmento, grupo o del conjunto de la población se realiza también la evaluación socioeconómica y es la que tiene mayor importancia pues nos muestra la rentabilidad del proyecto o el beneficio de la inversión desde el punto de vista de la sociedad.

Tanto en la evaluación financiera como socioeconómica se establecen indicadores de rentabilidad. En este sentido, en relación al presente proyecto es importante tener presente los siguientes aspectos financieros para posteriormente establecer la viabilidad financiera y socioeconómica de la alternativa.

6.8.1. Flujo de Caja

El flujo de Caja de un proyecto constituye un estado de cuenta que resume los flujos de efectivo (entrada y salidas) a lo largo de la vida útil del proyecto,

es decir nos muestra la relación del flujo de ingresos y egresos que se espera tener en un futuro por la implementación del proyecto dada una inversión establecida, lo que permite determinar la rentabilidad del proyecto.

De acuerdo al análisis que se requiera un flujo de caja puede presentar diferencias en su composición, teniendo así diferentes tipos de flujos de cajas como el flujo de caja operativo que considera simplemente la relación entre ingresos y egresos de efectivo del proyecto (gastos de operación y mantenimiento) a través del cual se puede analizar la rentabilidad operativa, se cuenta con flujo de caja de capital donde el flujo analiza también, a parte de los ingresos y egresos, el rubro de inversiones, el valor residual de los activos al final de la vida útil de proyecto, el capital de trabajo y la recuperación de este capital, a través de este flujo se puede establecer la rentabilidad del capital o inversión y también se tiene el flujo de caja financiero que incorpora además de los otros rubros los ingresos y egresos vinculados al financiamiento de inversión, a través del cual se puede obtener la rentabilidad desde la óptica del financiador.

En un marco general y de acuerdo a la implementación de proyectos de inversión la composición de flujo de caja está compuesto por:

6.8.2. Ingresos

Comprende las estimaciones de los ingresos a ser generados por el proyecto de acuerdo a los bienes o servicios que prestará el mismo y se constituye en el producto del flujo de servicio y/o productos determinado en el estudio de mercado realizado por el precio fijado y las estimaciones que se realizan a lo largo de la vida útil del proyecto.

Los ingresos anuales estimados para el primer año de funcionamiento ascienden a Bs. 1.940.400,00 por el programa de capacitación y a partir del

2do año los ingresos son Bs. 2.343.705,00 que contempla ingresos por el programa de capacitación, el desarrollo de la competencia el desafío de los Yungas y por los visitantes VIP atendidos por el proyecto. Este cálculo responde la flujo estimado de turistas a la región que van por el programa de capacitación que corresponde a 792 turistas para el primer año cuyo costo del paquete es de Bs. 2.450, para los Visitantes VIP el flujo estimado a partir del 2do año responde a la cantidad de turistas captados por esta categoría iniciando con 59 personas y el precio del paquete es de Bs. 1.400 y para el paquete de la competencia del desafío de los Yungas los ingresos responde a monto de inscripciones por equipo donde se inicia con 5 equipos en los primeros dos años de competencia y paulatinamente generar un aumento hasta llegar por lo menos a los 10 equipos en competencia, el precio para este paquete es de Bs. 30.000 por equipo.

La proyección de estos ingresos está en base al crecimiento de turistas estimados que es del 7,5% anual para el caso de los paquetes de capacitación y visitantes VIP y la cantidad de equipos anuales que participan en la competencia el desafío los Yungas.

6.8.2.1. Costos

Referidos a los egresos directos e indirectos para el desarrollo de la operación, producción y/o mantenimiento a lo largo de la vida útil del proyecto; en el caso de los proyectos turísticos estos están referidos principalmente a los costos de operación y mantenimiento de los servicios prestados para el desarrollo de las actividades turísticas a las que está orientada el proyecto de inversión.

Los costos de operación del proyecto para una gestión ascienden a Bs. 925.580,00 con un crecimiento anual del 7,5% anual que responde al crecimiento del flujo turístico al proyecto.

Se contempla como costos de mantenimiento del equipamiento e infraestructura un 0,5% del total de inversión en estos dos rubros del proyecto, que asciende a un monto de Bs. 12.096,80 por año, con una proyección de estos costos con un crecimiento de un 0,5%.

También se considera costos de promoción y comercialización que comprende gastos en material publicitario y spots que permitan promocionar los paquetes ofertados con el proyecto y se constituye en un componente importante para el proyecto. Para los primeros años el monto es menor dado que existe un componente de inversión en esta categoría pero a partir del 3er año estos gastos deben ser asumidos por Proyecto con un monto anual estimado de Bs. 1.010.900,00.

6.8.2.2. Inversión:

Referido a los egresos iniciales que son necesarios para poder establecer la actividad o servicio a la que está destinado el proyecto, puede comprender las inversiones en infraestructura, equipamiento y los gastos inherentes para el desarrollo de la actividad y su gasto se realizan en un período anterior a la operación como tal del proyecto (antes de la puesta en marcha). Estas inversiones se registran en el momento 0 del flujo de caja, pero también pueden existir inversiones en los otros años de la vida útil que puede ser para ampliar el tamaño del proyecto o reemplazo de parte de la inversión inicial.

La inversión inicial del proyecto asciende a un total de Bs. 4.406.499,66. De este monto Bs. 1.804.249,66 comprende la inversión en infraestructura del centro de capacitación, Bs. 615.110 es la inversión en equipamiento del centro de capacitación y el equipamiento móvil requerido para el desarrollo de las competencias del desafío de los Yungas y la atención a los Visitantes VIP; también se contempla el componente de promoción y comercialización

para los 2 primeros años de operación con un monto de Bs. 1.925.000 y un total de Bs. 62,140 para el desarrollo de capacidades para la operación del proyecto. Adicionalmente se considera un monto de reinversión de Bs. 32.800 en equipo de computación requerido en cuarto y octavo año de operación.

6.8.2.3. Gastos no Desembolsables:

Está referido a gastos que no son efectivamente desembolsados, son más utilizados para temas contables y de deducción de impuestos; como el caso de depreciaciones de los activos fijos del proyecto, amortizaciones de activos intangibles; estos ítems se utilizan básicamente en flujo de caja para el análisis de la evaluación financiera y no así en el socioeconómico.

En el proyecto se considera como gastos no desembolsables las depreciaciones en equipamiento y de la infraestructura.

Para el cálculo del flujo financiero se han considerado los años de depreciación establecidos en la Ley 843 equipos, muebles y enseres y herramientas requeridos para el proyecto. En caso de la infraestructura en general tiene un período de depreciación de 20 años; los muebles y enseres y equipamiento tienen una vida útil de 10 años y en el caso de los equipos de computación la vida útil es de 4 años.

6.8.2.4. Ingresos o Beneficios no afectos a impuestos:

Comprende los ingresos por el valor residual de la inversión y está de acuerdo al tamaño de la vida útil y las características propias de cada proyecto; éstos ítem se incorporan en los flujos de caja sujetos a una evaluación financiera desde la perspectiva privada o de rentabilidad para un

inversor y no así en el flujo de caja para la evaluación socioeconómica que determina el interés económico y social del proyecto.

6.8.2.5. Factores de Ajuste del Flujo de Caja

Corresponde a los gastos no desembolsables efectivamente como las depreciaciones del equipamiento e infraestructura y el valor residual de la inversión y el equipamiento que se tiene al final de la vida útil del proyecto.

6.8.3. Evaluación Financiera

La inversión desde el punto de vista económico comprende la asignación de recursos para el desarrollo de un proyecto o iniciativa que a la vez implica la generación de costos e ingreso de operación, donde se espera la generación de excedentes a lo que el inversionista lo considera una rentabilidad por el dinero invertido.

De esta manera la evaluación financiera comprende la evaluación de la inversión en el proyecto, de los beneficios y costos que significa realizar esta inversión, para poder establecer la rentabilidad que generaría la toma de decisión de realizar el proyecto. Para este fin es necesario poder contar con la mayor parte de la información financiera del proyecto y considerar los aspectos importantes que son parte de la evaluación de acuerdo al flujo de caja financiero que se elabora al igual que los indicadores financieros de rentabilidad a utilizarse.

6.8.3.1. Indicadores Financieros

Para la evaluación financiera de un proyecto se puede contar con diferentes índices o indicadores económicos que nos permiten medir la rentabilidad y/o beneficios del proyecto y de esta manera determinar el grado de aceptación o no de la ejecución de los proyectos. Asimismo la utilización de los índices o

indicadores depende de la tipología de proyectos a evaluar y/o los componentes importantes del proyecto que se desea evaluar; así de acuerdo a la visión de la evaluación y el proyecto se puede contar con índices de liquidez, de recuperación de la inversión, de rentabilidad y/o indicadores de costos eficiencia.

En el caso de proyectos de inversión que contempla infraestructura y generación de ingresos relativos a la implementación del proyecto, los indicadores más utilizados para determinar la viabilidad financiera son el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR); en caso de proyectos cuyos beneficios no se traducen directamente en un ingreso monetizable y cuyo beneficio es mayor se utiliza los indicadores Costo como VAC y Costo Eficiencia como CAE o ICE.

- **Valor Actual Neto VAN**

Conocido también conocido como valor presente neto, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos positivos y negativos generados por una inversión; permitiendo establecer la rentabilidad esperada por la implementación de un proyecto de inversión.

El Valor Actual Neto de un proyecto de inversión está dado por la diferencia del valor actual de los beneficios y el valor actual de la inversión, en un período determinado y a una tasa de descuento o actualización fijada.

La fórmula se puede describir como:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+r)^t} - I_0$$

Dónde:

F_t : Flujo de caja en cada período t

I_0 : Valor del desembolso inicial de la inversión

n = Número de períodos considerado en flujo del proyecto

r = Tasa de descuento

La tasa de descuento que se utiliza para calcular el VAN es estimada por el costo de oportunidad del capital o comparado con una tasa de realizar inversiones sin tener un riesgo específico, la variación de esta tasa afecta directamente al cálculo del VAN de manera inversa, siendo así que si se cuenta con una tasa de descuento elevada puede disminuir considerablemente la rentabilidad del proyecto a través del VAN y si la tasa disminuye la rentabilidad aumentaría.

Una vez aplicada la actualización del flujo de caja y cálculo del VAN a una tasa de descuento estimada, el resultado obtenido puede dar un VAN positivo (VAN +) que expresa que el valor actualizado de los flujos de ingresos y costos genera un beneficio por la inversión realizada; en caso que el VAN sea negativo (VAN -), este indicador nos muestra que se genera una pérdida en el monto calculado para la tasa de descuento esperada en el proyecto. Desde el punto de vista financiero se interpreta como la conveniencia de ejecutar el proyecto en caso que el VAN + y abandono o rechazo del proyecto cuando el VAN -; sin embargo desde la perspectiva de una inversión pública el cálculo del VAN nos ayuda a determinar generalmente más allá de la rentabilidad de la inversión, la rentabilidad operativa del proyecto que significa que descontando la inversión inicial del cálculo se puede obtener beneficios suficientes para que el proyecto sea sostenible en el tiempo o ciclo de vida del proyecto.

- **Tasa Interna de Retorno TIR**

Denominada también como "Tasa Financiera de Rendimiento" o "Tasa de Retorno Efectiva" o "Rentabilidad Media de un Proyecto". Expresa la rentabilidad en términos porcentuales y se trata de aquella tasa de retorno cuando el valor actual neto es igual a cero.

Si bien el VAN nos da el cálculo de un beneficio o pérdida en términos absolutos, la TIR nos expresa la rentabilidad de la inversión realizada en proyecto en términos porcentuales que nos permite expresar la relación de beneficio respecto a cada monto de inversión realizada en un proyecto.

- **Costos Eficiencia**, en el caso de proyectos que no generan un beneficio monetario como tal o los beneficios son mayor a aquellos que puedes ser cuantificables se realiza la utilización de indicadores costo eficiencia que nos permite establecer parámetros del costo de inversión del proyecto por unidades de beneficiarios y que comparados estos costos con el impacto que puede generar se analiza la conveniencia o no de ejecutar el proyecto

Bajo estos criterios descritos se realiza la evaluación del flujo de caja proyectado en función a los indicadores de rentabilidad VAN y TIR a fin de determinar la conveniencia o no desde la óptica financiera de implementar el proyecto bajo las características planteadas en el presente TESA.

A continuación se presenta los resultados de la evaluación financiera:

Cuadro Nº27 Flujo de caja financiero

DETALLE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
PROYECCIÓN DE INGRESOS											
Ingresos por programa de capacitación		1.940.400,00	2.085.930,00	2.242.374,75	2.410.552,86	2.591.344,32	2.785.695,14	2.994.622,28	3.219.218,95	3.460.660,37	3.460.660,37
Ingresos por competencias internacionales		0,00	175.000,00	175.000,00	210.000,00	245.000,00	280.000,00	315.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00
Ingresos por Visitantes VIP		0,00	82.775,00	88.983,13	95.656,86	102.831,12	110.543,46	118.834,22	127.746,78	137.327,79	137.327,79
TOTAL INGRESOS ANUALES		1.940.400,00	2.343.705,00	2.506.357,88	2.716.209,72	2.939.175,44	3.176.238,60	3.428.456,50	3.696.965,74	3.947.988,17	3.947.988,17
PROYECCIÓN ANUAL DE INVERSIONES											
INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA											
Materiales	445.716,50										
Mano de Obra	119.097,93										
Herramientas y Equipos	0,00										
Instalaciones Eléctricas Hidráulicas y Sanitarias	674.039,93										
Costos Indirectos	565.395,30										
TOTAL INFRAESTRUCTURA	1.804.249,66										
INVERSIÓN EN EQUIPAMIENTO											
Dormitorio Varones	16.050,00										
Dormitorios Mujeres	16.050,00										
Dormitorio Portero	3.650,00										
Cocina	18.940,00										
Comedor	16.000,00										
Dirección y Administración	22.440,00				16.400,00				16.400,00		
Sala de Espera	1.320,00										
Aulas de Clases	6.620,00										
Aula Plenaria	9.620,00										
Sala de Instrucciones	5.200,00										
Vestidores	13.950,00										
Equipamiento Capacitación	96.950,00										
Equipamiento para la Competencia Desafío los Yungas	388.320,00										
TOTAL EQUIPAMIENTO	615.110,00				16.400,00				16.400,00		

FORTALECIMIENTO DE LA RUTA 'EL DESAFÍO DE LOS YUNGAS' EN EL MUNICIPIO DE COROICO

DETALLE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
OTROS GASTOS DE INVERSIÓN											
Desarrollo de Capacidades	62.140,00										
Promoción y Comercialización		725.000,00	1.200.000,00								
TOTAL OTROS GASTOS DE INVERSIÓN	62.140,00	725.000,00	1.200.000,00	0,00							
TOTAL INVERSIONES	2.481.499,66	725.000,00	1.200.000,00	0,00	16.400,00				16.400,00		
PROYECCIÓN ANUAL DE COSTOS DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO	4.406.499,66										
Costos de operación Servicios básicos, personal y gastos de funcionamiento		990.580,00	1.064.873,50	1.123.441,54	1.185.230,83	1.250.418,52	1.319.191,54	1.391.747,08	1.468.293,17	1.549.049,29	1.634.247,00
Costos de mantenimiento		12.096,80	12.157,28	12.218,07	12.279,16	12.340,55	12.402,26	12.464,27	12.526,59	12.589,22	12.652,17
Depreciación de infraestructura		90.212,48	90.212,48	90.212,48	90.212,48	90.212,48	90.212,48	90.212,48	90.212,48	90.212,48	90.212,48
Depreciación de equipamiento (muebles y enseres y equipos)		63.971,00	63.971,00	63.971,00	55.771,00	63.971,00	63.971,00	63.971,00	55.771,00	63.971,00	63.971,00
Costos de Promoción y Comercialización		30.800,00	10.900,00	1.010.900,00	1.010.900,00	1.010.900,00	1.010.900,00	1.010.900,00	1.010.900,00	1.010.900,00	1.010.900,00
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO		1.187.660,28	1.242.114,27	2.300.743,09	2.354.393,47	2.427.842,56	2.496.677,28	2.569.294,83	2.637.703,24	2.726.722,00	2.811.982,65
TOTAL INVERSIÓN Y COSTOS	2.481.499,66	1.912.660,28	2.442.114,27	2.300.743,09	2.370.793,47	2.427.842,56	2.496.677,28	2.569.294,83	2.654.103,24	2.726.722,00	2.811.982,65
UTILIDAD BRUTA		752.739,72	1.101.590,73	205.614,78	361.816,25	511.332,88	679.561,32	859.161,67	1.059.262,50	1.221.266,17	1.136.005,51
IMPUESTOS		188.184,93	275.397,68	51.403,70	90.454,06	127.833,22	169.890,33	214.790,42	264.815,62	305.316,54	284.001,38
UTILIDAD NETA		564.554,79	826.193,05	154.211,09	271.362,18	383.499,66	509.670,99	644.371,25	794.446,87	915.949,63	852.004,13
FACTORES DE AJUSTE											
Depreciación de infraestructura		90.212,48	90.212,48	90.212,48	90.212,48	90.212,48	90.212,48	90.212,48	90.212,48	90.212,48	90.212,48
Depreciación de equipamiento (muebles y enseres y equipos)		63.971,00	63.971,00	63.971,00	55.771,00	63.971,00	63.971,00	63.971,00	55.771,00	63.971,00	63.971,00
Valor Residual											910.324,83
TOTAL FACTORES DE AJUSTE		154.183,48	154.183,48	154.183,48	145.983,48	154.183,48	154.183,48	154.183,48	145.983,48	154.183,48	1.064.508,31
FLUJO NETO	-2.481.499,66	-6.261,73	-219.623,47	308.394,57	400.945,67	537.683,15	663.854,47	798.554,74	924.030,36	1.070.133,11	1.916.512,45

6.8.3.2. Resultados de los Indicadores de rentabilidad financiera.

Una vez calculado el flujo neto se ha realizado la estimación de los indicadores de rentabilidad obteniendo los siguientes resultados:

Evaluación del Proyecto

VAN =	50.733
TIR =	13%

Viabilidad Operativa del Proyecto

VAN =	2.532.232
-------	-----------

De acuerdo a los resultados obtenidos en el flujo de caja financiero se observa que el proyecto es rentable desde un punto de vista privado dado que el VAN es mayor a cero y la TIR es mayor al costo de recuperación del capital que es dado por Tasa Promedio Ponderada del Capital del 12,81%.

Asimismo, se muestra la viabilidad operativa del proyecto ya que se cuenta un flujo neto anual positivo, donde los ingresos son mayores a los costos con lo cual se puede establecer que el proyecto es sostenible económicamente en la fase de operación.

6.9. EVALUACIÓN SOCIOECONÓMICA

El objetivo fundamental de la evaluación socioeconómica es contribuir a que los recursos disponibles sean asignados en forma racional y eficiente para el desarrollo de un proyecto de inversión pública que permita generar beneficios a una población meta o a población de un determinado territorio y la vez se minimicen los riesgos de realizar esta inversión desde una perspectiva económica y social desde el punto de vista de la población.

A diferencia de la evaluación financiera que consiste más en determinar la rentabilidad de la inversión como tal, la evaluación socioeconómica incorpora otros aspectos relevantes al análisis como la contribución del proyecto a mejorar el bienestar de una economía, así contempla la cuantificación de todos los costos y beneficios que afecta directa e indirectamente al proyecto desde una perspectiva de la economía de un país, pues más allá de la generación de rentabilidad financiera importa también en el ámbito público la generación de empleo, el tipo de empleo y la utilización de materiales e insumos de carácter nacional o importado al igual que los beneficios que genera a un grupo, segmento o sociedad en su conjunto del país.

Para este tipo de evaluación los países desarrollan mecanismos y parámetros establecidos acordes a la dinámica económica de cada país que permite se pueda estimar un flujo de caja socioeconómico que recoja los insumos de interés para realizar el análisis de conveniencia o no de llevar adelante el proyecto.

De esta manera para esta evaluación se realiza un ajuste o corrección al flujo de caja financiero que deriva de considerar los precios cuenta de eficiencia, considerando los mercados son imperfectos y a la vez se generan distorsiones por la intervención del Estado que implica que los precios de mercado pueden diferir del valor real de los recursos, siendo que el precio que se paga por un producto o servicio puede ser diferentes valor económicos o social que se le da al bien o servicio en cuestión. Para disminuir estas distorsiones del mercado se realiza el ajuste de los precios afectando con las Razones Precio Cuenta (RPC) o también llamados Precios Sombra, de esta manera se construye un flujo de caja socioeconómico que nos permitirá la evaluación del proyecto desde una óptica del beneficio para la economía del país y el grupo meta, a través de los indicadores socioeconómicos definidos para el proyecto de inversión.

Las RPCs consideradas para el cálculo del flujo de caja socioeconómico son las establecidas por el órgano rector de Inversión Pública que es el Ministerio de Planificación del Desarrollo a través del Viceministerio de Inversión Pública y Financiamiento Externo (VIPFE).

6.9.1. Indicadores Socioeconómicos

Los indicadores utilizados para la evaluación son el Valor Actual Neto Social (VANS) y los indicadores Costo Eficiencia.

6.9.1.1. Valor Actual Neto Social VANS

De acuerdo al Reglamento Básico de Pre inversión del país el VANS representa la equivalencia presente de los beneficios netos futuros y presentes de un proyecto, expresados a precios cuenta de eficiencia.

A través del resultado del cálculo de VANS en el caso de los proyectos que generan beneficios específicos se basa la decisión de ejecutar o no el proyecto. Siendo así que cuando el VANS es positivo ($VANS > 0$) el proyecto es rentable, generando un aumento en la riqueza de la sociedad, y se recomienda su ejecución; cuando el VANS es negativo ($VANS < 0$), el proyecto no es rentable lo que implica una pérdida en la riqueza de la sociedad y no se recomienda su ejecución; y en caso que el VANS es igual a cero ($VANS = 0$) se gana el Costo de Oportunidad de los recursos que está dada por la tasa social de descuento que ya se fija por parte del órgano rector de inversión pública y por tanto puede tomarse la decisión de ejecutar el proyecto considerando la importancia o impacto del mismo.

La tasa de descuento a utilizar para este cálculo VANS es la tasa social de descuento que es igual al 12,67%.

Asimismo, se calcula la TIRS (tasa interna de retorno social) que nos muestra el grado de retorno de la inversión desde una perspectiva social y esta es comparada en función a la tasa social de descuento.

6.9.1.2. Costo Eficiencia CE

El Costo Eficiencia (CE) representa el costo promedio por unidad de beneficio de la alternativa del proyecto que expresa el Costo anual equivalente que mide la distribución de los egresos de efectivo uniformes en el flujo de caja, comparada por las unidades de servicio, producto y/o beneficiarios del proyecto.

Se utiliza los indicadores costo eficiencia en el caso de los proyectos de inversión en los cuales los beneficios no puedan ser cuantificados y/o valorados o en aquellos casos donde los beneficios son mayores a los que puedan ser cuantificados. La decisión radica si la opción que tenga los indicadores CE comprendidos en el rango razonable de precios y en el marco de los Parámetros Costo Eficiencia (PCE).

Bajo las características señaladas se realiza la evaluación socioeconómica del proyecto a fin de determinar la viabilidad desde el punto de vista de la sociedad y de la economía, para lo que se elabora el correspondiente flujo de caja socioeconómico y su análisis correspondiente en relación al VANS y TIRS.

A continuación se presenta los resultados del proyecto:

Cuadro N° 28 Flujo de caja socioeconómico del proyecto

DETALLE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
PROYECCIÓN DE INGRESOS											
Ingresos por programa de capacitación	0	1.940.400,00	2.085.930,00	2.242.374,75	2.410.552,86	2.591.344,32	2.785.695,14	2.994.622,28	3.219.218,95	3.460.660,37	3.460.660,37
Ingresos por competencias internacionales	0	0,00	175.000,00	175.000,00	210.000,00	245.000,00	280.000,00	315.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00
Ingresos por Visitantes VIP	0	0,00	82.775,00	88.983,13	95.656,86	102.831,12	110.543,46	118.834,22	127.746,78	137.327,79	137.327,79
TOTAL INGRESOS ANUALES		1.940.400,00	2.343.705,00	2.506.357,88	2.716.209,72	2.939.175,44	3.176.238,60	3.428.456,50	3.696.965,74	3.947.988,17	3.947.988,17
PROYECCIÓN ANUAL DE INVERSIONES											
INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA											
Materiales Nacionales	357.839,28										
Materiales Importados	108.967,75										
Mano de Obra Calificada	9.293,19										
Mano de Obra Semicalificada	57.062,23										
Mano de Obra No Calificada Rural	55.976,03										
Herramientas y equipos	17.143,74										
Instalaciones Eléctricas Hidráulicas y Sanitarias	684.819,05										
Costos Indirectos	565.395,30										
TOTAL INFRAESTRUCTURA	1.856.496,57										
INVERSIÓN EN EQUIPAMIENTO											
Dormitorio Varones	16.050,00										
Dormitorios Mujeres	16.050,00										
Dormitorio Portero	3.650,00										
Cocina	21.940,00										
Comedor	16.000,00										
Dirección y Administración	27.624,00				20.336,00				20.336,00		
Sala de Espera	1.320,00										
Aulas de Clases	6.740,00										
Aula Plenaria	9.620,00										
Sala de Instrucciones	5.200,00										
Vestidores	13.950,00										
Equipamiento Capacitación	117.110,00										
Equipamiento para la Competencia Desafío los Yungas	388.320,00										
TOTAL EQUIPAMIENTO	643.574,00				20.336,00				20.336,00		
OTROS GASTOS DE INVERSIÓN											
Desarrollo de Capacidades	62.140,00										
Promoción y Comercialización		725.000,00	1.200.000,00	0,00							
TOTAL OTROS GASTOS DE INVERSIÓN	62.140,00	725.000,00	1.200.000,00	0,00							
TOTAL INVERSIONES	2.562.210,57	725.000,00	1.200.000,00	0,00	20.336,00				20.336,00		
PROYECCIÓN ANUAL DE COSTOS											
Costos de operación servicios básicos, personal y gastos de funcionamiento		854.810,00	918.920,75	969.461,39	1.022.781,77	1.079.034,76	1.138.381,68	1.200.992,67	1.267.047,27	1.336.734,87	1.410.255,28
Costos de mantenimiento		12.500,35	12.562,85	12.625,67	12.688,80	12.752,24	12.816,00	12.880,08	12.944,48	13.009,21	13.074,25
Costos de Promoción y Comercialización		30.800,00	10.900,00	1.010.900,00	1.010.900,00	1.010.900,00	1.010.900,00	1.010.900,00	1.010.900,00	1.010.900,00	1.010.900,00
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO		898.110,35	942.383,60	1.992.987,06	2.046.370,57	2.102.687,01	2.162.097,68	2.224.772,75	2.290.891,75	2.360.644,07	2.434.229,53
TOTAL INVERSIÓN Y COSTOS	2.562.210,57	898.110,35	942.383,60	1.992.987,06	2.046.370,57	2.102.687,01	2.162.097,68	2.224.772,75	2.290.891,75	2.360.644,07	2.434.229,53
FLUJO NETO	-2.562.210,57	317.289,65	201.321,40	513.370,81	649.503,15	836.488,44	1.014.140,92	1.203.683,75	1.385.737,99	1.587.344,09	1.513.758,63

6.9.2. Resultados de los Indicadores de rentabilidad socioeconómica.

Una vez calculado el flujo neto socioeconómico una vez aplicado los precios sombras, se ha realizado la estimación de los indicadores de rentabilidad obteniendo los siguientes resultados:

Evaluación del Proyecto

VANS =	1.653.875
TIRS =	23%

Viabilidad Operativa

VANS =	4.183.989
--------	-----------

De acuerdo a los resultados obtenidos, se evidencia que el proyecto es rentable para la sociedad en su conjunto debido a que el VANS es mayor a cero y la TIRS es mayor a la tasa social de descuento del 12,67%, por lo tanto, se recomienda su ejecución.

Asimismo, desde el punto de vista operativo, se ratifica la viabilidad operativa del proyecto dado que se genera un beneficio mayor al privado, considerando el hecho de que los flujos netos anuales son positivos, es decir, que los ingresos son mayores a los costos lo que muestra la sustentabilidad de la iniciativa en el tiempo.

7. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

Comprende el proceso de evaluar los cambios en los indicadores de rentabilidad o costo eficiencia provocado por el cambio (disminución y/o aumento) de las variables consideradas en flujo de caja, y de esta manera determinar la sensibilidad y riesgo del proyecto antes esta simulación de los cambios generados en la implementación del proyecto.

A través de este análisis se puede determinar hasta qué nivel es posible modificar el valor de una variable para que el proyecto siga siendo rentable y cuáles son las variables más sensibles de soportar cambios.

En base al flujo de caja socioeconómico se realiza la sensibilización principalmente en base a las variable de flujo de ingreso (disminución del flujo turístico estimado) y de costos (operación estimados)

Para el proyecto según la sensibilización realizada en diferentes proporciones de disminución de visitantes e incremento de los costos de operación de funcionamiento, se demostró que el proyecto puede soportar:

Disminución de Visitantes	9,5%
Incremento de Costos Operativos	20%

Bajo estos escenarios los resultados del VANS y TIRS del proyecto son todavía positivos cuyos resultados son:

Disminución del 10% del Visitantes: VANS = 66.659,05 y TIRS = 13%

Incremento del 30% de los Costos: VANS = 52.424,80 y TIRS = 13%

Si existe una mayor disminución del flujo de turistas o mayor incremento de costos los indicadores son negativos en caso del VANS y menor a la tasa social de descuento en el caso de la TIRS. Asimismo, el proyecto es más sensible a la disminución del flujo de visitantes que al incremento de costos, por lo cual el fortalecimiento al proyecto es importante para garantizar el flujo turístico a la ruta del proyecto y la promoción es importante.

8. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

El proyecto tiene una duración de 18 meses para el desarrollo de todos sus componentes y actividades programadas, tal como se detalla en el cuadro siguiente:

Cuadro Nº 29 Cronograma del Proyecto

CRONOGRAMA	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	MES 13	MES 14	MES 15	MES 16	MES 17	MES 18	TOTAL SEMANAS
1 OBRAS PRELIMINARES	■																		3
INSTALACION DE FAENAS	■																		1
LETRERO OBRAS	■																		1
NIVELACION DE TERRENO	■	■																	2
REPLANTEO Y TRAZADO DE LA OBRA	■																		1
2 MOVIMIENTO DE TIERRAS	■	■																	4
EXCAVACION DE (0-2 M.) SUELO DURO	■	■																	3
COMPACTADO DE TERRENO	■																		1
3 ESTRUCTURAS		■	■	■	■														11
CIMENTOS DE HORMIGON CICLOPEO		■	■	■	■														3
SOBRECIMIENTO DE HORMIGÓN CICLÓPEO		■	■	■	■														3
IMPERMEABILIZACION DE SOBRECIMENTOS		■	■	■	■														1
EMPEDRADO Y CONTRAPISO DE (HO 1:3:4)		■	■	■	■														2
ZAPATAS DE H° A°		■	■	■	■														2
COLUMNAS DE HORMIGON ARMADO		■	■	■	■														3
VIGAS DE HORMIGON ARMADO		■	■	■	■														4
4 MUROS, TABIQUES Y MAMPOSTERIA			■	■	■	■	■												11
VIGA DE MADERA 4X10 (VISTA)			■	■	■	■	■												4
MURO LADR.GAMBO.E=0.12(25X12X5)-2CARAS			■	■	■	■	■												8
MURO LADRILLO 6H E=10CM			■	■	■	■	■												5
MURO PIEDRA CANTEADA VISTO 1CARA E=0.40M			■	■	■	■	■												8
5 PISOS							■	■	■	■	■								13
PISO DE CERAMICA NACIONAL S/ESMALTE							■	■	■	■	■								6
PISO PARQUET MADERA SEMIDURA							■	■	■	■	■								3
PISO PIEDRA							■	■	■	■	■	■							8

9. CONCLUSIONES

La Ejecución y el éxito del presente proyecto dependerá del enfoque técnico-social y de la gestión de los actores directos (beneficiarios) e indirectos (Instituciones públicas/privadas) identificados, que de manera general serán los involucrados.

Para establecer la base de referencia del proyecto y los objetivos planteados, se ha elaborado la descripción del contexto de estudio, que comprende la contextualización general, la descripción de recursos naturales, el análisis de la población, los indicadores socioeconómicos regionales y la descripción del servicio turístico a ofertar

En este contexto, se establecen las siguientes conclusiones:

- ❖ El turismo como sector productivo, cuenta con particularidades que permiten un desarrollo sostenido e integral del territorio donde se impulse, en este sentido la región de los Yungas y específicamente el Municipio de Coroico se presta como una región con gran potencial turístico.
- ❖ Con la implementación del proyecto se estima abarcar un flujo de turistas de aproximadamente 792 visitantes al año con un crecimiento esperado del 7,5%, además de la participación de por lo menos 5 equipos de competencia equivalente a 30 personas de nacionalidad extranjera y nacional, que participen en la competencia “El desafío de los Yungas” hecho que posibilitara la sostenibilidad del proyecto en el mediano y largo plazo
- ❖ El desarrollo y consolidación del circuito turístico, permitirá posicionar un producto turístico diferenciado a nivel nacional e internacional, bajo el concepto de aventura y recreación

- ❖ Con la implementación del proyecto se estima generar ingresos por un valor de 1.940.400 de bolivianos a partir del primer año de ejecución lo que permitirá contar con excedentes que se distribuirán entre las comunidades y familias beneficiarias del proyecto
- ❖ De acuerdo a los indicadores financieros VANP = 50.733 y TIRP = 13% se puede concluir que el proyecto es rentable financieramente para su ejecución.
- ❖ De acuerdo a los indicadores financieros VANS = 1.653.875 y TIRS = 23% se puede concluir que el proyecto es rentable socialmente para su ejecución.
- ❖ La actividad turística como tal y el desarrollo del circuito turístico propuesto por el proyecto conserva un enfoque de protección de la madre tierra y el medio ambiente
- ❖ La participación activa de la mujer en su rol de soporte principal del desarrollo productivo con enfoque comunitario es un factor importante considerado por el proyecto.
- ❖ Con la implementación y puesta en marcha del circuito turístico “El desafío de los Yungas se espera generar al menos 16 empleos directos y más de 150 empleos indirectos.

10. RECOMENDACIONES

De acuerdo al análisis y evaluación del proyecto, por las conclusiones vertidas se recomienda:

- ❖ Desarrollar una adecuada gestión ambiental del proyecto de acuerdo a lo establecido en la normativa ambiental vigente permitirá mitigar y prevenir los impactos identificados así como aquellos que pudiesen presentarse en el desarrollo del proyecto en sus distintas etapas.
- ❖ Fortalecer y mejorar la gestión turística en la Región Yungas a fin de aprovechar las oportunidades que el mercado presenta a esta región como son los flujos de habitantes de La Paz que buscan espacios de recreación fuera de las ciudades, los turistas extranjeros que buscan naturaleza, aventura, convivencia con comunidades locales, mejorando la gestión integral de la región es decir, gestión pública del Gobierno Municipal, la gestión empresarial, la gestión comunitaria, la gestión de la calidad y todos los aspectos destinados a generar condiciones favorables para la llegada de los turistas, satisfaciendo sus expectativas.
- ❖ Coordinar y articular a los actores del turismo en la región a fin de desarrollar actividades complementarias y concurrentes con el objetivo de diversificar la oferta, complementar iniciativas, beneficiar a la población evitando la duplicación de esfuerzos técnicos, económicos, de tiempo y la competencia negativa que genera pérdidas, impactos negativos, mala calidad en la prestación de los servicios, inequitativa distribución de los beneficios y mala imagen a los visitantes.
- ❖ Planificar el aprovechamiento del turismo de aventura de la región considerando que la materia prima del desarrollo turístico son los atractivos

naturales y culturales por lo que se recomienda regular su uso y establecer medidas de conservación y manejo, de lo contrario la visión cortoplacista del uso del recurso no permitirá que la actividad tenga una visión de largo plazo en términos de sostenibilidad.

- ❖ Capacitar al capital humano de la región en todas las áreas turísticas a fin mejorar los niveles en la prestación de servicios, favorecer la distribución equitativa de la riqueza y lograr los mayores beneficios del turismo en las comunidades.
- ❖ Generar información de mercado actualizada, pertinente y oportuna para la toma de decisiones de inversión de recursos escasos, de capacitación de los recursos humanos, de desarrollo de nuevos productos, de promoción y comercialización, etc.
- ❖ Desarrollar nuevos productos ajustados a los requerimientos del mercado incorporando criterios de manejo sostenible, calidad, gestión comunitaria, complementariedad y generación de impactos positivos en lo económico, social, cultural y ambiental, aprovechando las oportunidades que el mercado ofrece.

11. BIBLIOGRAFIA

- ACERENZA, Miguel Ángel (1984). “Administración del Turismo Conceptualización y Organización”. México D.F. Trillas.
- ALVARES, Martha 2000, “La Alternativa del Ecoturismo”.
- AGUIRRE Oscar, “Planificación Estratégica de Turismo”, 2010.
- AMUSQUIVAR, Luis (2010). “Como preparar y redactar monografías. La Paz, Grafica Junior”. La Paz, Bolivia.
- ATLAS DE POTENCIALIDADES PRODUCTIVAS DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, 2009.
- BARRAGAN, Rossana 2003. “Metodología de la investigación “.
- BOULLON, Roberto (1988). Planificación del espacio turístico. México, Trillas.
 - (<http://www.unich.edu.mx/wpcontent/uploads/2014/01/PLANIFICACION-DEL-ESPACIO-TURISTICO.pdf>) Visitado: 25/03/15. La Paz – Bolivia.
- CENSO NACIONAL DE POBLACION Y VIVIENDA, 2012. Instituto Nacional de Estadística.
- C.S.T. Cuenta Satélite de Turismo. Gasto por Concepto de Turismo.
 - (http://www.ine.gob.bo/pdf/boletin/EGT_2014_vmt.pdf). Visitado: 04/02/15. La Paz – Bolivia.
- COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPLOTACIÓN Y EL TURISMO, PROMPERU.
 - <http://www.promperu.gob.pe/>. Visitado: 23/08/15. La Paz - Bolivia
 - <http://intranet.promperu.gob.pe/IMPP/2010/TurismoReceptivo/Demanda%20Actual/Perfil%20del%20Turista%20Extranjero%202008/Publicaci%C3%B3n%20PTE%202008.pdf>. Visitado: 23/08/15. La Paz – Bolivia.
 - http://media.peru.info/Catalogo/attach/PEI_2008-2012.pdf. Visitado: 23/08/15. La Paz – Bolivia.
- CHIAVENATO, Adalberto (2007) “ Administración de Recursos Humanos “, 8 va edición MC Graw Hill, Mexico.

- C.N.V.P. 2012. Datos Totales de Vivienda por Municipio.
- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, 2009.
- DESTINOS Y ÁREAS PROTEGIDAS, VMT – 2011 (<http://es.scribd.com/doc/159416598/Guia-Turistica-Areas-Protegidas-Bolivia#scribd>). Visitado: 15/03/15. La Paz – Bolivia.
- FACULTAD DE INGENIERÍA, UNIVERSIDAD DE CUYO. “Efectos del turismo en la economía”.
- *ESTIMACION DE UNIVERSOS ESTADISTICOS DEL SECTOR TURISMO*, 01/02/2014, *Ministerio de Cultura y Turismo – Viceministerio de Turismo*.
- *FUNDACION PATIÑO, 2005. Gestión Ambiental, Revista Ecológica Nro. 37. Edición trimestral Santa Cruz – Bolivia.*
- FICHAS MUNICIPALES DEL OBSERVATORIO. “Bolivia Autónoma del Ministerio de Autonomías”.
- GOBIERNO AUTÓNOMO DEPARTAMENTAL LA PAZ. (2013). Dirección de Culturas y Turismo. Unidad de Turismo. “La Paz al mundo turismo de diversidad”.
- *GUTIERREZ. Aduato, Jorge Antonio, 2008. “Guía Metodológica para el Ordenamiento Turístico del Territorio”. La Paz, Bolivia.*
- JOSÉ C. Pérez-Zubieta, Ángela P. Selaya, Zulia Porcel B., Leslie Torrico C. & Kantuta Palenque N. 2009. Mamíferos. Pp. 465-466. En: Ministerio de Medio Ambiente y Agua 2009. “Libro rojo de la fauna silvestre de vertebrados de Bolivia. La Paz, Bolivia”.
- *LEY DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN BOLIVIA. N °2074 del 14 de abril del 2000.*
- LEY MARCO DE AUTONOMÍAS Y DESCENTRALIZACIÓN “Andrés Ibáñez” Ley N° 031 Ley de 19 de julio de 2010
- *MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS. Actualizado al 31/12/2012. “Ley 843. Reforma Tributaria”,*

- (http://www.impuestos.gob.bo/images/GACCT/leyes/LEY%20843%20vrs%201_3_Actualiza.pdf). Visitado: 24/04/15. La Paz – Bolivia.
- LA LEY DEL MEDIO AMBIENTE. Ley 1333 promulgada el 27 de abril de 1992 y publicada en la Gaceta Oficial de Bolivia el 15 de Junio 1992.
 - (<http://www.educabolivia.bo/files/LeydelMedioAmbienteysusReglamentos.pdf>). Visitado: 20/04/15. La Paz – Bolivia.
- MINISTERIO DE CULTURAS. 2012 – 2016, “Plan Nacional de Turismo”.
- TELLEZ, José Rodolfo (1988). “Legislación Turística de Bolivia. Bolivia” G.B.T. VICEMINISTERIO DE TURISMO DE BOLIVIA (2006). Manual de Gestión Turística a Nivel Local. Bolivia: Viceministerio de Turismo.
- ROCHA, “Rogelio: Metodología de la Investigación aplicada al Turismo”.
- R.I.E.T. Recomendaciones Internacionales para Estadísticas en Turismo, 2008.
 - (http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1s.pdf). Visitado: 03/03/15. La Paz- Bolivia.
- INE (2009). “*Estadísticas de turismo*”: se.
- PARRA, Eduardo, Calero, Francisco (2006) “Gestión y Dirección de Empresas Turísticas” 1ra edición, Mc Graw Hill, España, pág. 516.
- P.D.D.A. Plan de Desarrollo del Departamento Autónomo de La Paz.
 - (<http://www.sedeslapaz.gob.bo/pdf/planificacion/PDDA-LPDictamen.pdf>). Visitado: 25/04/15. La Paz – Bolivia.
- PDM de Coripata 2005-2010 .
 - (<http://www.sedeslapaz.gob.bo/pdf/planificacion/PDDALPDictamen.pdf>). Visitado: 25/04/15. La Paz – Bolivia.
- PDM Coroico 2000-2005. Plan de Desarrollo
- P.D.M. Plan de Desarrollo Municipal 2006 – 2010. COROICO, Primera Sección Provincia Yungas.
 - (<http://es.scribd.com/doc/244625844/PLAN-DE-DESARROLLO-MUNICIPAL-DE-COROICO-2010-pdf>). Visitado: 30/04/15. La Paz – Bolivia.

- P.D.O.T. Guía Metodológica para la Formulación de los Planes Departamental de Ordenamiento Territorial.
 - <http://www.planificacion.gob.bo/sites/folders/vpc/dgpt/territorial2>.
Visitado: 12/05/15. La Paz – Bolivia.
- O.M.T. Barómetro Del Turismo Mundial y Anexo Estadístico, Abril 2014.
 - <http://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometeresp.2014.12.2.1>.
Visitado: 20/04/15. La Paz – Bolivia.
- I.D.H. 2005 – 2011. “Índice de Desarrollo Humano”,
- P.D.M. (Plan de Desarrollo Municipal Coroico) (2008 – 2012). Coroico
- (PRENSABOLIVIA@INTERLATIN.COM). Visitado: 24/11/14. La Paz – Bolivia.
- *SEDCAM. Servicio departamental de caminos. G.A.D.L.P.*
- VICEMINISTERIO DE TURISMO, Banco Central de Bolivia, encuentra Gasto, 2010.
- VICEMINISTERIO DE TURISMO. (2005). “*MANUAL DE GESTION TURISTICA A NIVEL LOCAL*”. La Paz: s/e.
- *VICEMINISTERIO DE TURISMO. Ministerio de Turismo y Cultura, 2014.*
- (<http://www.minculturas.gob.bo/>). Visitado: 22/12/14. La Paz – Bolivia.
- *WEARING, S. Y NEIL, J 1999. “Ecoturismo: impacto, Tendencias y Posibilidad, Madrid, Editorial Síntesis S.A”.*
- *WEITER, William; Davis, Keith (2000) “Administración de personal y recursos humanos”, 5ta edición, McGRW-HILL, México, pág. 582.*

INDICE

CAPITULO I - ASPECTOS GENERALES

RESUMEN EJECUTIVO

1. INTRODUCCIÓN	3
2. ANTECEDENTES	6
3. JUSTIFICACIÓN	7
4. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA	9
4.1. Identificación del Problema	9
4.1.1. Análisis de Involucrados	9
4.1.2. Análisis y planteamiento del problema.....	12
4.1.3. Análisis de objetivos	15
5. OBJETIVOS	16
5.1. Objetivo General.....	16
5.2. Objetivos específicos.....	16
5.3. Actividades, resultados y recursos	16
6. METODOLOGIA	19
6.1. Objetivos	19
6.1.1. Objetivo General.....	19
6.1.2. Objetivos Específicos.....	19
6.2. Diseño muestral	20
6.2.1. Cobertura Geográfica	20
6.2.2. Cobertura temporal	20

6.2.3. Cobertura Temática	20
6.3. Unidades Estadísticas	23
6.3.1. Unidad de muestreo.....	23
6.3.2. Determinación del Universo Muestral	23
6.4. Tamaño de la muestra.....	24
6.5. Descripción y operativización de variables.....	24
6.6. Proceso de recolección de información.....	25
6.7. Operativos de recolección de información – Trabajo de campo.....	25
6.8. Control de calidad de la información	25
6.9. Sistematización de la información recopilada.....	26
6.10. Generación de reportes.....	27
7. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	28
8. TAMAÑO DEL PROYECTO.....	28
9. POBLACIÓN META	29
10. INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO Y BENEFICIOS	29
11. ENTIDAD EJECUTORA	29
12. TIEMPO DE EJECUCIÓN	29

CAPITULO II - MARCO CONCEPTUAL

2. MARCO CONCEPTUAL.....	30
2.1. Viaje	30
2.2. Turismo	30
2.3. Formas de Turismo	31
2.4. Actividad turística	32

2.5. Viaje turístico.....	33
2.6. Visita	33
2.7. Visitante	33
2.7.1. Visitantes internacionales.	34
2.7.2. Visitantes internos.....	34
2.8. Turista	35
2.9. Grupo de viaje	35
2.10. Agencias de viajes y turismo	35
2.11. Lugar de residencia.....	35
2.12. Destino	36
2.13. Atractivos turísticos	36
2.14. Motivo de viaje turístico	36
2.15. Medios de transporte.....	37
2.16. Temporada alta y baja.....	37
2.17. Gasto Turístico	37
2.18. Demanda y consumo turístico	38
2.19. Estadía	39
2.20. Preferencias y gustos.....	39

CAPITULO III - MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL

3. MARCO LEGAL.....	40
3.1. Constitución Política del Estado	40
3.2. Ley General de Turismo Nro. 292	40
3.3. Ley N°031 Ley Marco de Autonomías y Descentralización “Andrés Báñez”	40

3.4. Ley del Medio Ambiente (N°1333 de 27 de marzo de 1992).....	41
3.5. Ley Marco de la Madre Tierra N°300 de 15 de octubre de 2012.....	41
3.6. Forma Jurídica del Centro de Capacitación	41
4. MARCO INSTITUCIONAL	42
4.1. Nivel Central del Estado	42
4.2. Nivel Departamental	42
4.3. Nivel Municipal	42
4.4. Organización Comunitarias	42

CAPITULO IV - DIAGNOSTICO DE SITUACION ACTUAL

4. DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN ACTUAL	43
4.1. Características Generales de Área de Intervención	43
4.2. Aspectos Demográficos.....	46
4.2.1. Composición Poblacional.....	46
4.2.2. Crecimiento y Densidad Demográfica.....	47
4.2.3. Migración	48
4.3. Aspectos Físico - Naturales.....	49
4.3.1. Altitud.....	49
4.3.2. Topografía y Relieve	49
4.3.3. Pisos Ecológicos.....	50
4.3.4. Clima.....	50
4.3.5. Suelos.....	51
4.3.6. Flora y Fauna.....	52
4.3.7. Recursos Forestales	54

4.3.8.	Recursos Hídricos.....	54
4.4.	Aspectos Ambientales	55
4.4.1.	Características de los Factores Ambientales	55
4.4.2.	Riesgos Climáticos	56
4.5.	Aspectos Culturales.....	57
4.5.1.	Identificación Étnica	57
4.5.2.	Idiomas	57
4.5.3.	Religiones y Creencias	58
4.5.4.	Patrimonio Cultural y Natural	58
4.6.	Aspectos Socioeconómicos.....	59
4.6.1.	Educación	59
4.6.2.	Salud.....	60
4.6.3.	Servicios Básicos.....	62
4.6.4.	Transporte y Comunicaciones	63
4.6.5.	Pobreza	69
4.6.6.	Nivel de Ingresos	70
4.6.7.	Empleo.....	71
4.6.8.	Uso Actual de la Tierra	72
4.6.9.	Principales Actividades Económicas.....	73
4.7.	Aspectos Organizativos.....	77
4.8.	Situación del Turismo en la Región	80
4.8.1.	Aspectos generales de la oferta y rutas turísticas.....	80
4.8.2.	Atractivos y Recursos Turísticos.....	80
4.8.3.	Servicios Turísticos.....	83

4.8.4.	Demanda Turística.....	86
4.8.5.	Potencialidades, Limitaciones y Problemática Turística de la Región	87
4.8.5.1.	El potencial turístico de la Región	87
4.8.5.2.	Limitaciones y Problemática Turística de la Región	89

CAPITULO V - ESTUDIO DE MERCADO

5.	ESTUDIO DE MERCADO.....	91
5.1.	Análisis de la demanda	91
5.1.1.	Análisis de la demanda internacional.....	91
5.1.2.	Análisis de la demanda nacional.....	95
5.1.3.	Estudio y cuantificación de la demanda.....	100
5.1.4.	Comportamiento de la demanda.....	102
5.1.5.	Identificación y evaluación de los segmentos de mercado	103
5.2.	Mercados potenciales.....	105
5.3.	Proyección de la demanda	106
5.4.	Perfil del turista.....	108
5.4.1.	Perfil sociodemográfico.....	108
5.4.2.	Edad	109
5.4.3.	Lugar de residencia	110
5.5.	Motivo del viaje.....	111
5.6.	Comportamiento de turista	113
5.7.	Estacionalidad del viaje	114
5.8.	Duración del viaje	116

5.9. Actividades realizadas.....	116
5.10. Análisis de la oferta	118
5.10.1. Comportamiento de la oferta	119
5.10.2. Proyección de la oferta	120
5.10.3. Análisis de la competencia	122
5.11. Análisis de la comercialización	124
5.11.1. Estrategia de comercialización	125
5.11.2. Estrategia de producto.....	126
5.11.3. Estrategia de precio.....	126
5.11.4. Estrategia de plaza.....	127
5.11.5. Estrategia de promoción y publicidad	129
5.12. Usuarios de la Infraestructura	129
5.13. Conclusiones del estudio de mercado.....	130

CAPITULO VI - PROPUESTA

6. PROPUESTA DE DESARROLLO	131
6.1. Generalidades	131
6.2. Descripción del producto	132
6.2.1. Definición del Producto Principal	133
6.2.1.1. Descripción General del Circuito	139
6.2.1.2. Atractivos turísticos Incluidos en el Circuito	140
6.2.1.3. Servicios turísticos incluidos en el circuito.....	140
6.2.1.4. Itinerario	141
6.2.1.5. Tarifas	144

6.2.2.	Descripción del Producto y Subproducto	145
6.3.	Comercialización geográfica	146
6.3.1.	Comercializadores del producto.....	147
6.4.	TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	148
6.4.1.	Tamaño del proyecto	148
6.4.2.	Localización del Proyecto	148
6.4.2.1.	Macrolocalización del proyecto	149
6.4.2.2.	Micro localización del proyecto.....	151
6.5.	DEFINICIÓN DE LA SITUACIÓN	151
6.5.1.	Situación sin Proyecto	151
6.5.2.	Situación con Proyecto	152
6.6.	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	160
6.6.1.	Estudio del tamaño del proyecto.....	160
6.6.2.	Estudio de la localización.....	161
6.6.3.	Descripción del proyecto.....	162
6.6.3.1.	Proceso constructivo	162
6.7.	ESTUDIO DE EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO	168
6.7.1.	Alcance del estudio ambiental	169
6.7.2.	Objetivos del estudio ambiental	169
6.7.2.1.	Objetivo general del Estudio Ambiental.....	169
6.7.2.2.	Objetivos específicos del Estudio Ambiental	170
6.7.3.	Metodología aplicada.....	170

6.7.4.	Conclusiones y recomendaciones	170
6.8.	EVALUACION SOCIOECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO..	170
6.8.1.	Flujo de Caja.....	171
6.8.2.	Ingresos	172
6.8.2.1.	Costos	173
6.8.2.2.	Inversión:.....	174
6.8.2.3.	Gastos no Desembolsables:.....	175
6.8.2.4.	Ingresos o Beneficios no afectos a impuestos:	175
6.8.2.5.	Factores de Ajuste del Flujo de Caja.....	176
6.8.3.	Evaluación Financiera.....	176
6.8.3.1.	Indicadores Financieros	176
6.8.3.2.	Resultados de los Indicadores de rentabilidad financiera.	182
6.9.	EVALUACIÓN SOCIOECONÓMICA.....	182
6.9.1.	Indicadores Socioeconómicos	184
6.9.1.1.	Valor Actual Neto Social VANS	184
6.9.1.2.	Costo Eficiencia CE.....	185
6.9.2.	Resultados de los Indicadores de rentabilidad socioeconómica.....	187
7.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.	187
8.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	188
9.	CONCLUSIONES	141
10.	RECOMENDACIONES.....	143
11.	BIBLIOGRAFIA.....	145

