

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACION
CARRERA DE TURISMO



**EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS SOBRE LA
PAZ, COMO CIUDAD MARAVILLOSA EN EL AÑO 2016**

Tesis de grado para obtener el título de Licenciatura

POR: María Celeste Ricaldi Muñoz

TUTOR: Lic. Nelson Cruz Monroy

LA PAZ – BOLIVIA
2018

**Expectativas y Percepciones de los Turistas Extranjeros sobre La Paz, como Ciudad
Maravillosa en el año 2016**

María Celeste Ricaldi Muñoz

2018

MI TESIS LA DEDICO CON TODO EL CORAZÓN A MIS SOBRINOS CATALINA GÓMEZ RICALDI Y EMILIANO GÓMEZ RICALDI, POR SER MI FUENTE DE INSPIRACIÓN Y MOTIVACIÓN PARA SEGUIR CRECIENDO SEMBRANDO UN MEJOR FUTURO PARA ELLOS.

A MI ABUELITA AURORA MONTALVÓ A LA QUE SIEMPRE RECUERDO CON MUCHO AMOR Y NOSTALGIA, SON POCAS LAS PERSONAS EN EL MUNDO QUE NACEN CON TANTA BONDAD EN EL CORAZÓN Y ELLA FUE UNA DE ELLAS.

MARIA CELESTE

AGRADECIMIENTOS

iv

GRACIAS A MI MADRE MARÍA ELENA MUÑOZ MONTALVO POR HABER INCENTIVADO EN MI EL ESTUDIO Y PROGRESO CON SU EJEMPLO, GRACIAS TAMBIÉN POR ESTAR SIEMPRE PRESENTE DESDE EL PRINCIPIO HASTA EL FINAL, GRACIAS A MI PADRE LUIS ENRIQUE RICALDI ZAMBRANA POR APOYARME E IMPULSARME EN CADA DECISIÓN QUE HE TOMADO, GRACIAS A MI COMPAÑERO, MI AMOR RODRIGO JUAN PABLO SÁNCHEZ POR NO PERMITIR QUE CLAUDIQUE EN NINGÚN MOMENTO Y RECORDARME TODOS LOS DÍAS TODO LO QUE SOY CAPAZ DE HACER, GRACIAS A MI TUTOR NELSON CRUZ POR SU CONSEJO Y GRAN ENSEÑANZA, GRACIAS A MIS AMIGOS JUAMPI, NADIA, ALE, DENI, ANGEL, SARELA, HUMBERTO POR ACOMPAÑARME EN ESTA ETAPA, GRACIAS A MICHAEL JACKSON, SUPER JUNIOR, QUEEN, PINCK FLOYD, THE BEATLES Y SAVIA NUEVA POR ALEGRAR MI CORAZÓN Y ALMA CON SU HERMOSA MÚSICA, FINALMENTE GRACIAS A DIOS Y A LA VIDA POR PERMITIRME DISFRUTAR CADA DÍA.

NO HA SIDO SENCILLO EL CAMINO HASTA AHORA, PERO GRACIAS A SUS APORTES, SU AMOR, SU APOYO EL CAMINO SE HA VUELTO MÁS SENCILLO, LES AGRADEZCO Y HAGO PRESENTE TODO MI AFECTO HACIA USTEDES.

MARIA CELESTE

A través del método explicativo, nos enfocamos al estudio de problemáticas propias del comportamiento humano que son cruciales y nutren la disciplina del turismo a partir de su importancia socioeconómica. El nombramiento de la ciudad de La Paz como una de las Siete Ciudades Maravillosas del Mundo, nos presenta una importante oportunidad para realizar esta labor, considerando este hecho como un hito a partir del cual es posible y necesario obtener nuevos conocimientos, información y datos a ser utilizados por los profesionales en el área. Los destinos, con el fin de obtener relevancia internacional, deben responder satisfactoriamente a las necesidades de los visitantes. Así la presente investigación busca identificar las expectativas y percepciones que genera la ciudad de La Paz, como ciudad maravillosa del mundo en los turistas extranjeros. Localizando aquellos elementos que influyen en la experiencia del visitante ya sea de manera positiva o negativa, a su vez contrastar la veracidad, calidad y cualidad de la información que percibe el turista antes de visitar la ciudad.

Tabla de Contenidos

vi

Introducción	1
Capítulo I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.1. Identificación del Problema de Investigación.....	3
1.1.1. Descripción del Problema.....	4
1.1.2. Formulación del Problema.....	6
Capítulo II MARCO METODOLOGICO	7
2.1. Objetivos.....	7
2.1.1. Objetivo General.....	7
2.1.2. Objetivos Especificos.....	7
2.2. Justificación.....	7
2.2.1. Justificación Social.....	7
2.2.2. Justificación Teórica.....	9
2.2.3. Justificación Metodológica.....	10
2.3. Metodología de la investigación.....	11
2.3.1. Pregunta de Investigación.....	11
2.3.2. Hipòtesis.....	11
2.3.3. Identificación de Variables.....	11
2.3.3.1. Expectativas de los Turistas Extranjeros sobre la ciudad de La Paz como Ciudad Maravillosa del Mundo.....	11
2.3.3.2. Percepciones de los turistas Extranjeros sobre la ciudad de La Paz como Ciudad Maravillosa del Mundo.....	12
2.3.4. Operacionalización de las Variables.....	14
2.3.5. Diseño de investigación de Campo.....	15
2.3.5.1. Universo.....	15
2.3.5.2. Tipo de Muestra.....	16
2.3.6. Instrumento de recolección de Datos.....	16
2.3.6.1. Cuestionario de expectativas.....	16
2.3.6.2. Cuestionario de Percepciones.....	17
Capítulo III MARCO TEÒRICO.....	19
3.1. La Ciudad Global.....	19
3.1.1. Nuevas Siete Ciudades Maravillosas Del Mundo.....	20
3.2. La Expectativa.....	21
3.2.1. Fuentes generadoras de expectativas.....	24
3.2.1.1. Fuentes Principales.....	25
3.2.1.2. Fuentes Secundarias.....	27
3.2.1.3. Fuentes Compartidas o Incidentales.....	27
3.2.2. Expectativas Reales.....	28
3.2.3. Expectativa Vs Realidad.....	29
3.3. La Percepción.....	31
3.3.1. Las Sensaciones.....	32
3.3.2. Los Sentidos.....	32
3.3.2.1. La Visión.....	33
3.3.2.2. La Audición.....	33

	vii
3.3.2.3. El Olfato.....	33
3.3.2.4.El Gusto.....	33
3.3.2.5. El Tacto.....	34
3.3.3. El proceso de Costrucción de las Percepciones.....	34
Capitulo IV LA PAZ CIUDAD MARAVILLOSA DEL MUNDO.....	38
4.1. Geografia.....	39
4.2. Clima.....	40
4.3. Descripción de la Ciudad.....	40
4.4. Turismo.....	42
4.4.1. Nevado Illimani.....	43
4.4.2. Mercado de las Brujas.....	44
4.4.3. La Chola Paceña.....	45
4.4.4. Nevado Chacaltaya.....	47
4.4.5. Mi Teleferico.....	47
4.4.6. Valle de la Luna.....	49
4.4.7. Tihuanaco.....	50
4.4.8. Coroico.....	51
4.4.9. Copacabana y el Lago Titicaca.....	52
Capitulo V RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	54
5.1. Cuestionario y Datos sobre Niveles Expectativas.....	54
5.1.1. Análisis de las Fuentes de Información.....	54
5.1.2. Análisis y evaluación de la Información Turística.....	55
5.1.3. Conocimiento del Turista del Nombramiento de La Paz, como ciudad Maravillosa del mundo.....	56
5.1.4. La Paz Ciudad Maravillosa del Mundo, ¿Influye o no?.....	57
5.1.5. Fuentes Secundarias de Expectativa.....	58
5.1.6. Niveles de Expectativa.....	59
5.2. Cuestionario y Datos sobre percepciones finales.....	61
5.2.1. Información vs Realidad.....	61
5.2.2. Contrastación de las Fuentes secundarias de expectativa.....	62
5.2.3. Identificación de elementos incidentales adversos.....	63
5.2.4. Identificación de elementos incidentales favorables.....	64
5.2.5. La Paz Ciudad Maravillosa.....	65
5.2.6. Percepciones Finales del Turista.....	66
Capitulo VI CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES.....	69
6.1. Explicación del Logro de Objetivos.....	69
6.2. Comprobación de Hipotesis.....	70
6.3. Limitaciones de la Tesis De Grado.....	71
6.4. Recomendaciones.....	72
6.4.1. la Información Condiciona los niveles de expectativa y por consiguiente la orientación favorable o desfavorable de la experiencia.....	73
6.4.2. Los elementos iniciales tienden a favorecer la experiencia del turista.....	74
Lista de Referencias.....	75
Bibliografía.....	76
ANEXOS	

Gráfico 1 Proceso Expectativas- Percepciones.....	41
Gráfico 2. Fuentes de información.....	55
Gráfico 3 Evaluación Información.....	56
Gráfico 4 Conocimiento La Paz Maravillosa.....	57
Gráfico 5 Influencia La Paz Ciudad Maravillosa.....	58
Gráfico 6 Fuentes de Expectativa Secundarias	59
Gráfico 7 Niveles de Expectativa.....	60
Gráfico 8 Información Vs Realidad.....	62
Gráfico 9 Evaluación Fuentes Secundarias.....	63
Gráfico 10 Elementos incidentales adversos.....	65
Gráfico 11 Expectativa Vs Realidad 2	66
Gráfico 12 Conocimiento La Paz Maravillosa.....	67
Gráfico 13 Percepciones finales del turista.....	70

Introducción

El fenómeno de la globalización ha cambiado para siempre la forma en que los seres humanos nos relacionamos y coexistimos. El desarrollo económico y comercial del mundo, ha obligado a que los países busquen establecer canales, puentes y mecanismos que simplifiquen la actividad económica mundial, favoreciendo también el intercambio cultural entre los pueblos del mundo. Hoy en día, gracias al desarrollo de las tecnologías de transporte y comunicación, los seres humanos somos capaces de interactuar aún a pesar de las distancias, las diferencias económicas, políticas, sociales y culturales. El turismo se ha visto también beneficiado por la ruptura de estas barreras, constituyéndose hoy como una de las fuentes de desarrollo económico, social y cultural más importantes, tanto que existen países cuya principal actividad económica es el turismo.

La ciudad de La Paz con el pasar de los años, se ha consolidado como una de las ciudades capitales más importantes de Sudamérica, reconocida por su riqueza arquitectónica y paisajística, su riquísima historia, su gastronomía y por supuesto, por su riqueza y diversidad cultural, constituyéndose en un importante referente económico y cultural a nivel latinoamericano. Actualmente, se ha consolidado como una ciudad cosmopolita y multicultural, acogiendo a una gran cantidad de ciudadanos extranjeros, a pesar de que los índices poblacionales no demuestran un crecimiento sustancial, el desarrollo económico y urbano de la ciudad es evidente. De esta forma, en los últimos años, la ciudad de La Paz, ha sido incluida por el Departamento de Geografía de la Universidad de Loughborough, en el índice de Ciudades Globales en el que se le ha conferido la calidad de Ciudad Global¹ tipo Gamma.

¹ Ciudad global es un concepto de geografía urbana promovido por el Departamento de Geografía de la Universidad de Loughborough. El término *ciudad global* se atribuye a la socióloga Saskia Sassen, autora del libro publicado en 1991 *La ciudad global*. Se aplica a las ciudades que cumplen con una serie de características nacidas debido al efecto de la globalización y al constante crecimiento de la urbanización. Las más complejas de estas entidades serían las «ciudades globales»: las que tienen un efecto directo y tangible en los asuntos mundiales a través de algo más que el medio socio-económico, con influencia en términos de

La importancia que ha adquirido la ciudad de La Paz en el contexto internacional se ha expresado a través de una serie de reconocimientos y nombramientos, el más reciente el 7 de diciembre de 2014, cuando fue electa entre centenares de capitales mundiales, como una de las Siete Ciudades Maravillosas del Mundo junto a capitales de relevancia y reconocimiento mundial como La Habana – Cuba, Beirut – Líbano, Doha – Qatar, Kuala Lumpur – Malasia y Vigan – Filipinas, a través de la iniciativa impulsada por la Fundación New Seven Wonders, nombramiento que, de acuerdo a lo expresado por el presidente de dicha fundación Bernard Wever, estas ciudades "representan la diversidad global de la sociedad humana".

La presente investigación busca enfocarse pues en estas premisas. En la importancia que pudiese constituir para la actividad turística nacional, el hecho de que una ciudad Boliviana adquiriera relevancia internacional. Identificando las expectativas y percepciones que genera la ciudad de La Paz, como ciudad maravillosa del mundo, en los turistas extranjeros , además de aquellos aspectos de la ciudad que generan mayor expectativa y los que influyen o condicionan la experiencia del turista. A través del método explicativo la tesis investiga si las percepciones de los turistas extranjeros respecto a la ciudad de La Paz como ciudad maravillosa del mundo, superan de manera positiva a sus expectativas.

la cultura o la política. Fue acuñado bibliográficamente por Saskia Sassen, en referencia a Londres, Nueva York, París y Tokio, y en contraposición con el término megaciudad, en su obra de 1991 titulada *La Ciudad Global*.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación del Problema de Investigación

La relación expectativa - realidad, adquiere mayor relevancia en la actividad turística, pues usualmente el turista determina la elección de un destino turístico, impulsado por una serie de motivaciones y emociones que se originan a partir de la información que percibe de diferentes fuentes de información, así la experiencia del turista estará determinada por la veracidad de la información que adquiere de estas fuentes y la experiencia misma al entrar en contacto con un determinado atractivo turístico. La experiencia del turista esta condicionada por una serie de elementos tanto objetivos como subjetivos.

En la actualidad, gran parte de la información que el turista obtiene de un determinado destino turístico, proviene de fuentes como el internet, siendo los favoritos, los foros de discusión independientes que suelen por lo general brindar información más objetiva de un determinado destino turístico, quienes generan la información que se produce en estos foros, son los propios turistas.

Por lo mismo. La información que proviene de fuentes oficiales o agencias de viaje, suele por lo general pasar a un segundo plano ya que la información que contienen, está direccionada a atraer más turistas, incluye exagerando las cualidades de un destino turístico, e esta forma, la experiencia del turista al entrar en contacto con un destino turístico, adquiere mayor importancia, pues aun y cuando esas experiencias no pasen a los foros digitales, una gran cantidad de turistas obtienen información de otras fuentes cargadas de elementos subjetivos, familia, amigos, etc.

En psicología, la expectativa es definida como una idea previa, una esperanza o idealización de una determinada circunstancia, por lo mismo si un determinado destino turístico no cumple con las expectativas del turista, se genera un sentimiento de frustración

que se convertirá en una fuente de información negativa que desalentará a otros turistas, aún y cuando consideremos que esa experiencia también es afectada por elementos incidentales.

Por lo mismo entre más vinculada con la realidad se encuentre la información referente a un destino turístico, la expectativa y la experiencia serán positivas. El nombramiento de la ciudad de La Paz, como ciudad maravillosa del mundo, constituye una motivación para el turista y por lo tanto una fuente de expectativa, sin embargo dicho nombramiento no implica por sí mismo una garantía de una experiencia positiva para el turista, debido en primer lugar a la imposibilidad de determinar la calidad o cantidad de información que obtuvo y en segundo lugar de aquellos elementos diversos que podrían intervenir de manera incidental en la formación de la percepción final.

A pesar de lo dificultoso de la misión de garantizar una experiencia cien por cien favorable para el turista, es posible al menos a través de la obtención de esta información, garantizar las condiciones mínimas que favorezcan a una experiencia positiva, esto por su puesto a partir del diseño de una política turística integral que busque dar solución a las falencias y potencializar las fortalezas turísticas de la ciudad de La Paz.

Reiteramos que la idea de visitar una de las siete ciudades maravillosas del mundo, es ya una motivación para el turista y genera una gran expectativa, expectativas que son generadas a partir de diversas fuentes de información y de condicionantes subjetivas.

1.1.1. Descripción del Problema

El destino turístico es el lugar que el turista escoge para su viaje con la finalidad de satisfacer una serie de necesidades y con la expectativa de vivir una experiencia determinada que integre además de los atractivos culturales y naturales, una oferta coordinada de bienes, productos y servicios. Bajo esta lógica un destino turístico constituye una unidad económica o de negocio cuya gestión a partir de sus diferentes actores debe

enfocarse en conseguir determinados criterios de competitividad a efectos de obtener beneficios sociales y económicos. Esto requiere de una capacidad administrativa y de gestión determinadas, orientadas a desarrollar instrumentos comunes que permitan planificar, medir y monitorear los resultados de la gestión y de esta forma corregir defectos e impulsar fortalezas con el fin de explotar el verdadero potencial de un destino turístico.

Las estrategias con las que ofertan los destinos turísticos se enfocan fundamentalmente en promocionar aquellas características, productos y servicios que los diferencian de los demás. Ideas como “Capital del Folklore” “Capital Gastronómica” “Patrimonio Cultural” son ejemplos de cómo se explotan estas peculiaridades a modo de oferta, en consecuencia el turista al percibir esta información de primera mano, generará expectativas enfocadas justamente en esas cualidades destacadas del destino turístico. La propuesta principal de venta de un destino turístico constituye el o los principales elementos que lo diferencian para salir al mercado. Estos elementos de diferenciación se construyen a partir de un producto o un atractivo del destino turístico que genere atracción y expectativas en los turistas. Esto sin embargo varía de acuerdo a la magnitud y alcance del destino turístico y los elementos que lo destacan frente a otros.

La Paz “Ciudad Maravillosa del Mundo” no es una idea o concepto simple que busque destacar una o dos cualidades o atractivos de la ciudad, sino que es una idea compuesta de varios elementos. La idea de una ciudad maravillosa se encuentra estrechamente relacionada con el concepto acuñado por Saskia Sassen (1991) en su libro “La Ciudad Global”, la autora entre otros, enunció algunos de los elementos que de acuerdo a su razonamiento configuran una ciudad global, destacando entre otros, el reconocimiento, relevancia e influencia internacional que tiene la ciudad a nivel social, económico, cultural y demográfico, así como elementos de infraestructura tales como sistemas avanzados de transportes, comunicaciones, económicos y financieros, etc.

Los turistas captan información sobre un destino turístico, de diversas fuentes, generándose así la expectativa, ésta será posteriormente contrastada con la realidad a través de la

experiencia, concluyendo el proceso en la percepción que no es sino la evaluación final que hace el turista. Evidentemente este proceso es mucho más complejo a cómo lo describimos pues está condicionado por la existencia de una serie de elementos que intervienen durante su desarrollo. Nuestra investigación busca en consecuencia, no únicamente establecer si las percepciones finales del turista superan las expectativas generadas, sino también identificar y entender los elementos que influyen y condicionan todo este complejo proceso que se traduce en la experiencia del turista, brindando de esta forma datos e información confiable que permita a los diferentes actores del turismo, actuar si bien no sobre todos estos elementos, al menos en los más determinantes y sobre los que exista la posibilidad real de potencialización o corrección.

En tal sentido conocer las expectativas y las percepciones que los turistas extranjeros tienen de la Ciudad de La Paz como una de las Siete Ciudades Maravillosas del Mundo, implica también conocer todos aquellos elementos que inciden en la experiencia del turista y obtener datos e información que posibilite a los diferentes actores del turismo en nuestra ciudad, diseñar una política integral destinada a explotar el verdadero potencial turístico de nuestra ciudad, a partir de la oportunidad que representa su más reciente nombramiento.

1.1.2. Formulación del Problema de Investigación

¿Cuáles son las expectativas y percepciones de los turistas extranjeros sobre La Paz como una de las siete ciudades maravillosas del mundo en la gestión 2017?

CAPITULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1. Objetivos

2.1.1. Objetivo General

Identificar las expectativas y percepciones que genera la ciudad de La Paz, como ciudad maravillosa del mundo, en los turistas extranjeros.

2.1.2. Objetivos Específicos

- Identificar aquellos aspectos de la ciudad de La Paz, que generan mayor expectativa en el turista.
- Identificar aquellos elementos incidentales que infuyen o condicionan la experiencia del turista.
- Contrastar la veracidad, calidad y cualidad de la información que percibe el turista antes de visitar la ciudad de La Paz.
- Identificar los aspectos menos favorables de la ciudad de La Paz, que inciden negativamente en la experiencia y percepción final de los turistas.

2.2. Justificación

2.2.1. Justificación Social

La ciudad de La Paz en el contexto internacional, se considera como la puerta de ingreso a Bolivia. Nuestra ciudad concentra el 23,1% del total de turistas extranjeros que ingresan a nuestro país ². Tal posicionamiento debe considerarse como una importante oportunidad de

²Encuesta de Gasto del Turismo Receptor y Emisor 2014, Sistema de Información Estadísticas de Turismo (SIET) (Viceministerio de Turismo, la Dirección Nacional de Migración, el Instituto Nacional de Estadística y el Banco Central de Bolivia)

generar progreso y desarrollo en nuestra ciudad, entendiendo que la importancia de la actividad turística reside en primer lugar, en el movimiento y la reactivación económica que genera en la región específica en la que se realiza. Antes hemos señalado que en la actualidad el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes del mundo, existiendo inclusive países cuya principal fuente de ingresos radica en la actividad turística.

La Organización Mundial de Turismo asegura que 1 de cada 11 trabajadores prestan sus servicios en sectores vinculados al turismo, como es el caso de los hoteles, restaurantes, operadoras de turismo, empresas de transporte, entre otros, generándose adicionalmente, beneficios directos e indirectos a las empresas que proporcionan servicios y desarrollan actividades vinculadas al turismo.

El turismo contribuye a posicionar a un país, destacando su riqueza natural, cultural y su potencialidad económica, favoreciendo no sólo el flujo económico sino el enriquecimiento y el intercambio cultural. Bajo esta lógica los países van desarrollando estrategias integrales que articulan los esfuerzos de la administración pública y de los actores privados del turismo a fin de ofertar servicios turísticos diversos y competitivos que sean capaces de atender las necesidades de los turistas, a partir de esta necesidad de mejorar estos servicios, se promueven el mejoramiento de la infraestructura vial, comunicacional, de los servicios de transporte, hospedaje, gastronómicos, etc., avances que sin duda generan beneficios que impactan positivamente en la calidad de vida de sus habitantes.

Por otro lado, el turismo en su aspecto sociocultural, promueve el intercambio cultural entre sociedades, facilitando al ser humano, experimentar y entrar en contacto con otras culturas, otras sociedades, formas de vida y cosmovisiones que lo enriquecen cultural y espiritualmente. Si bien el desarrollo de las tecnologías de la información hoy favorece el conocimiento de nuevas culturas y formas de vida, a través de medios digitales, es sólo a través del turismo que la persona puede interactuar directamente con esas realidades.

Así, entendiendo el impacto económico, social y cultural positivo que tiene el turismo en los seres humanos, se hace evidente la importancia de impulsar estudios científicos que aporten los datos e información necesaria, para el diseño, de planes, políticas y proyectos públicos que busquen atender las necesidades de los turistas de forma satisfactoria, favoreciendo así el intercambio económico y cultural. Atendiendo nuestra propia realidad, en el caso particular de la Ciudad de La Paz, resulta necesario reconsiderar las acciones implementadas por nuestras autoridades, de manera que se adecúen al presente cada vez más competitivo de la actividad turística. El nombramiento de la ciudad de La Paz como una de las Siete Ciudades Maravillosas del Mundo, nos presenta una importante oportunidad para realizar esta labor, considerando este hecho como un hito a partir del cual es posible y necesario obtener y generar nuevos conocimientos, información y datos que puedan ser utilizados por los actores públicos y privados del turismo a efectos de fortalecer e impulsar el turismo en la ciudad de La Paz.

2.2.2. Justificación Teórica

Nuestra investigación busca nutrir la disciplina del turismo a partir de su concepción e importancia socioeconómica, entendiendo la expectativa y la percepción que los turistas tienen de la ciudad de La Paz como ciudad maravillosa del mundo, como variables que condicionan su experiencia positiva o negativa al entrar en contacto con dicho destino turístico, obteniendo a partir de ellos datos e información fiable que pueda ser utilizada por los actores públicos y privados del turismo, para el diseño de planes, políticas y proyectos integrales que busquen favorecer el desarrollo de la actividad turística en nuestra ciudad.

Debe además puntualizarse la vinculación de nuestra investigación con la Psicología desde la estructuración de pensamientos, sentimientos y acciones que se producen en el proceso de la expectativa, la experiencia y la percepción final del turista, respecto del destino turístico objeto de estudio. Así, el obtener datos estadísticos referentes a la experiencia del turista en nuestra ciudad, aportará la posibilidad de plantear y replantear paradigmas y

preconceptos que fueron generados con anterioridad al nombramiento de la ciudad de La Paz, como Ciudad Maravilla del Mundo.

2.2.3. Justificación Metodológica

De acuerdo a la naturaleza de las variables que se presentan en nuestra temática, aplicaremos el método explicativo, considerando que nos ofrece la posibilidad de otorgarnos datos concretos respecto de las expectativas y percepciones que tienen los turistas extranjeros de la ciudad de La Paz, como Ciudad Maravillosa del Mundo.

En general los estudios exploratorios viabilizan la posibilidad de familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos y de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real. En el caso de nuestra investigación, nos enfocamos al estudio de problemáticas propias del comportamiento humano que en este caso, son cruciales para la obtención de datos a ser utilizados por los profesionales del área de turismo, esta clase de estudios son comunes en la investigación del comportamiento, sobre todo en situaciones donde hay poca información.

Considerando que el nombramiento de la ciudad de La Paz, como una de las siete ciudades maravillosas del mundo, es un evento de reciente data, no existen estudios o datos vinculados con nuestro tema de investigación por lo que el método exploratorio se adecua perfectamente a nuestras necesidades.

Consideramos necesario además, que nuestra investigación se desarrolle en el marco del método cuantitativo, adoptando como instrumento para obtener la información referente a nuestras variables y la problemática de la investigación, dos cuestionarios, uno referente a las expectativas y otro referente a las percepciones de los turistas que visitan nuestra ciudad, a partir de la aplicación de estos cuestionarios, obtendremos la información necesaria para fundamentar nuestra hipótesis de trabajo.

2.3. Metodología de la Investigación

2.3.1. Pregunta de investigación

¿Cuáles son las expectativas y las percepciones de los turistas extranjeros sobre la ciudad de La Paz como una de las Ciudades Maravillosas del Mundo en la gestión 2016?

2.3.2. Hipótesis

Las percepciones de los turistas extranjeros respecto a la ciudad de La Paz como Ciudad Maravillosa del Mundo, superan de manera positiva sus expectativas.

2.3.3. Identificación de variables

En esta investigación se identifican dos variables:

Variable1: Expectativas de La Paz como Ciudad Maravillosa del Mundo

Variable2: Percepciones de La Paz como Ciudad Maravillosa del Mundo

2.3.4. Definición conceptual de las variables

2.3.4.1. Expectativas de los turistas extranjeros sobre la ciudad de La Paz como ciudad Maravillosa del Mundo.

Para la psicología, la expectativa es una variable de la naturaleza cognitiva que sugiere la idea de anticipación y cuya inclusión en los análisis psicológicos resulta de fundamental importancia a los fines de explicar y predecir un comportamiento dinámica social y hasta el motivo de nuestros estados de ánimos. (Cosacov 2010)

A los efectos de nuestro estudio es el sentimiento de esperanza que experimentan los turistas ante la elección de un destino turístico. Cuando se escoge un destino turístico, se generan abstracciones e imágenes mentales referenciales sobre el lugar, además de información que obtienen de diferentes fuentes, de las operadoras de turismo, otros turistas

que ya visitaron el destino, la información que proveen fuentes oficiales, el internet, etc., de esta forma, el turista construye una imagen del destino turístico.

Las fuentes de expectativa son diversas y clasificables de acuerdo a su naturaleza en fuentes principales, secundarias e incidentales. Tratándose de nuestro objeto de investigación, consideramos que el nombramiento de la ciudad de La Paz, como una de las siete ciudades maravillosas del mundo, constituye una fuente de expectativa primaria para el turista, en primer lugar debido a que dicho nombramiento es de conocimiento público y en segundo lugar debido a la existencia gran cantidad de información al respecto.

2.3.4.2. Percepciones de los turistas extranjeros sobre la ciudad de La Paz.

La percepción es la manera en la que el cerebro de un organismo interpreta los estímulos sensoriales que recibe a través de los sentidos para formar una impresión consciente de la realidad física de su entorno³. También describe el conjunto de procesos mentales mediante el cual una persona selecciona, organiza e interpreta la información proveniente de estímulos, pensamientos y sentimientos, a partir de su experiencia previa, de manera lógica o significativa. En la filosofía, la percepción es la aprehensión psíquica de una realidad objetiva, distinta de la sensación y de la idea, y de carácter mediato o inmediato según la corriente filosófica (idealista o realista).

En turismo la percepción se define como el proceso cognitivo que permite al turista interpretar y comprender los elementos y características del destino turístico en primer lugar por separado y finalmente como una integralidad para proporcionar experiencias significativas y concretas.

Los turistas procesan la información y la ordenan según la hayan experimentado con sus sentidos, generando de esta forma una interpretación positiva o negativa a partir de la

³Collins Discovery Encyclopedia. Harper - Collins Publishers. 2005. «The process by which an organism detects and interprets information from the external world by means of the sensory receptors.» El proceso por el cual un organismo detecta e interpreta información del mundo exterior a través de los receptores de sensaciones.

expectativa previa, vale decir que el turista al entrar en contacto con el destino turístico, articula las abstracciones y las esperanzas acumuladas en el periodo de la expectativa, con la experiencia misma, concluyendo en la percepción final. De esta manera lo positivas o negativas que sean estas percepciones finales, están condicionadas por la semejanza de los elementos que el destino turístico es capaz de ofrecer, con la expectativa generada previamente.

El proceso de la percepción, tal como lo propuso el médico y físico Hermann von Helmholtz, es de carácter inferencial y constructivo, generando una representación interna de lo que sucede en el exterior al modo de hipótesis. Para ello se usa la información que llega a los receptores (sentidos) y se va analizando paulatinamente, así como información que viene de la memoria tanto empírica como genética y que ayuda a la interpretación y a la formación de la representación.

Las percepciones finales de un turista sobre un destino turístico, se encuentran determinadas por una serie de factores. A los fines de nuestro estudio, buscamos obtener datos sobre dichos elementos, del resultado del proceso expectativa – realidad que experimenta el turista cuando al momento de contrastar toda la información que recibió previamente de la ciudad de La Paz, como ciudad maravillosa del mundo, con el contacto y la experiencia directa, el resultante de dichos procesos son precisamente las percepciones finales.

2.3.4. Operacionalización de las variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores
Expectativas	Sentimiento de esperanza que experimentan los turistas ante la elección de un destino turístico	Sentimientos previsto de los turistas sobre la ciudad de La Paz como Ciudad Maravillosa del Mundo.	Información proporcionada por Fuentes oficiales
			Información proporcionada por agencias de turismo
			Información proporcionada por Fuentes informales o extraoficiales
			Experiencias previas
Percepciones	Proceso cognitivo que permite al turista interpretar y comprender los elementos y características del destino turístico y traducirlas en experiencias concretas.	Experiencias concretas de los turistas extranjeros luego de contrastar sus expectativas con la realidad de la ciudad de La Paz, como Ciudad Maravillosa del Mundo.	Contrastación de la expectativa con la realidad
			Elementos subjetivos que pudiesen afectar la experiencia
			Veracidad y objetividad de las fuentes de información

2.3.5. Diseño de Investigación de Campo

2.3.5.1. Universo

Considerando la orientación de nuestra investigación, es fundamental que los sujetos de investigación cuenten con determinadas características: éstos deberán ser turistas extranjeros procedentes de diferentes países, no se aplica distinción de género, pero si estaría dentro de los parámetros establecidos por la legislación nacional, entrevistando únicamente a personas mayores de 18 años de edad.

No se practicó diferenciación alguna en razón a la ocupación, nivel de ingresos u otro factor de tipo económico o social. El instrumento de investigación fue aplicado a cincuenta individuos mayores de edad, de nacionalidad extranjera, que estuvieron de visita en la ciudad de La Paz, por un mínimo de cuatro días y cinco noches.

Escogemos trabajar con turistas extranjeros pues consideramos que estos pueden proporcionar en primer lugar información y datos más neutrales que los ciudadanos bolivianos quienes por su proximidad y la convivencia más cercana poseen ya conceptos o percepciones más definidas que condicionan sus niveles de expectativa. Así también consideramos que el nombramiento de la ciudad de La Paz como ciudad Maravillosa del Mundo, tiene mayor repercusión en el público extranjero que en el público nacional. De acuerdo a datos proporcionados por el Sistema de Información Estadística de Turismo (SIET – 2016) la Ciudad de La Paz es la ciudad más visitada por los turistas extranjeros con el 23,1%, así también la Agencia Municipal para el Desarrollo Turístico del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, ha señalado que el flujo turístico a partir del nombramiento de la ciudad de La Paz como Ciudad Maravillosa del Mundo, se incrementó en un 40% (La Razon – 2015), de lo que resulta evidente la necesidad de enfocarnos en este público.

Respecto de la delimitación etaria consideramos dos aspectos, en primer lugar la necesidad de contar con entrevistados que haya adquirido la madurez intelectual suficiente para

formar criterios apropiados. La tendencia mundial para considerar a un individuo plenamente capaz, está habitualmente comprendida entre los 16 y los 21 años, sin embargo aplicamos la edad de 18 años pues es la edad establecida en el Código Civil Boliviano. Otro elemento que consideramos aunque de manera incidental, es el crecimiento del turismo joven, que de acuerdo a datos de la Organización Mundial de Turismo, supone el 20% del flujo internacional y debido a la importancia que adquiere esta actividad para este colectivo, siendo considerada una dimensión vital y parte esencial de su desarrollo personal, más allá del simple ocio.

2.3.5.2. Tipo de Muestra

El tipo de muestra utilizada en esta investigación es del tipo probabilística y por conveniencia ya que la elección de los sujetos es efectuada de acuerdo a los parámetros establecidos por el investigador.

2.3.6. Instrumento de Recolección de Datos

Aplicamos como instrumento de recolección de datos, dos cuestionarios, uno destinado a coleccionar datos sobre las expectativas del turista y otro destinado a coleccionar datos sobre las percepciones finales del turista luego de su experiencia turística en la ciudad de La Paz. En total se emplearon 100 encuestas, 50 encuestas de expectativas y 50 encuestas de percepciones, a un total de cincuenta individuos de acuerdo a los parámetros establecidos en el tipo de muestra que se utiliza en la presente investigación.

2.3.6.1. Cuestionario de Expectativas

El cuestionario de expectativas se empleó, entregando un ejemplar de la encuesta al turista, a momento de su registro en diferentes recintos hoteleros seleccionados al azar. El turista también recibió un cuestionario de percepciones, mismo que le fue entregado al momento de su salida de los recintos hoteleros seleccionados, con la colaboración del personal de dichos recintos.

El cuestionario de expectativas que implementamos en la presente investigación, busca recolectar información respecto de los niveles de expectativa que son generados en el turista, a través de las diferentes fuentes de información, la vinculación que existe entre la información y la expectativa es crucial pues dependiendo del contenido de la información, se generarán altas o bajas expectativas en el turista.

A los fines de lograr nuestro objetivo general de investigación, resulta necesario puntualizar que enfocamos la obtención de los datos de las expectativas del turista, a partir de dos premisas: la ciudad de La Paz como ciudad maravillosa del mundo, como un contexto general que consideramos es una fuente principal de expectativa; y en segundo lugar, de aquellos otros aspectos que pueden o no generar expectativas en el turista dependiendo de la existencia o no de información al respecto, es decir de aquellas fuentes secundarias e incidentales que influyen directa o indirectamente en la experiencia misma del turista y al final de las percepciones que tuviese sobre la ciudad de La Paz.

2.3.6.2. Cuestionario de Percepciones

El cuestionario de percepciones está destinado a identificar aquellos diferentes elementos que determinan la calidad de la experiencia turística, a fines de identificar estos elementos, es preciso conocer la calidad de la información que los turistas recibieron y aquellas fuentes que las generaron, fue aplicado al momento en que los turistas comunicaron a los administradores de los recintos hoteleros, su intención de abandonar la ciudad.

De acuerdo con los objetivos específicos de nuestra investigación, el cuestionario de percepciones nos ayudará a identificar además aquellos elementos secundarios e incidentales que sin ser fuentes generadoras de expectativas grandes, pueden favorecer o perjudicar la experiencia del turista, al momento de definir las diferentes fuentes de expectativa, se señaló que las fuentes principales son generadoras de expectativas moderadas, pues el turista tiene cierta noción de lo que debe esperar en su visita, mientras que desconoce aquellos elementos que por así decirlo, no son promocionados o recolectados por las fuentes de información que consulta previamente.

La existencia de estos elementos incidentales que pueden favorecer o perjudicar la experiencia, es también uno de nuestros objetivos y a través de este cuestionario ha sido posible identificarlos.

Sin duda la más importante función que el cuestionario de percepciones debe cumplir, es recoger datos globales de la experiencia del turista, es importante entender que a pesar de que existen diferentes fuentes de información y en consecuencia de expectativas, la percepción final no se estratifica o ramifica, como tampoco discrimina estos elementos, sino que es influenciada por los mismos, por consiguiente, las percepciones globales aglutinan una evaluación de todos aquellos estímulos que el turista recibió al entrar en contacto con la ciudad de La Paz, en tal sentido, es también importante puntualizar que el concepto de La Paz como ciudad Maravillosa del Mundo, es un concepto global, que se forma a partir de esa serie de estímulos e influencias.

En conclusión, el cuestionario de percepciones recoge la evaluación final del turista, datos que precisamos para efectuar la comparación respectiva con las expectativas que se fueron generando antes de la experiencia.

Capítulo III

MARCO TEÓRICO

3.1. LA CIUDAD GLOBAL

Ciudad Global es un concepto de geografía urbana que fue promovido por el Departamento de Geografía de la Universidad de Loughborough, el término se atribuye a la sociólogo Saskia Sassen (1991). Se aplica a ciudades que cumplen con una serie de características resultantes de los efectos de la globalización y el crecimiento de la urbanización. La principal característica de estas ciudades consiste en el efecto directo y tangible que tienen en los asuntos mundiales trascendiendo únicamente el aspecto socioeconómico hacia la influencia cultural y política. Entre otras reúnen las siguientes características

- Conocimiento y familiaridad a nivel internacional de la ciudad. Un ejemplo de esto es el reconocimiento del nombre, es decir, el nombre de la ciudad refiere directamente a ella y no a otro término.
- Influencia y participación en eventos internacionales y aspectos de importancia mundial, como por ejemplo, la realización de grandes reuniones deportivas (Juegos Olímpicos o Copa Mundial de Fútbol), políticas o sociales, o ser sede de organismos internacionales.
- Ser centro de una gran conurbación y poseer una población en el área metropolitana suficientemente grande.
- Tener un aeropuerto que funcione como un centro de conexión internacional, es decir que tenga un gran número de conexiones aéreas con las grandes ciudades del mundo.
- Tener un avanzado sistema de transporte dentro de la ciudad y con otras ciudades.
- Tener una infraestructura avanzada en el mundo de las telecomunicaciones.

- Que sea una ciudad cosmopolita.
- Tener un ambiente cultural propio, gracias a la existencia de festivales de cine, eventos musicales, galerías de arte, etc.
- Ser sede de diversas empresas de nivel internacional y actividades (ferias, bolsa) que la definan como una importante ciudad de negocios

Las grandes ciudades de todo el mundo son el ámbito en el que una multiplicidad de procesos de mundialización cobran formas concretas, y localizadas, y en eso consiste en gran medida la mundialización. La ciudad global concentra la diversidad, sus espacios se inscriben en la cultura empresarial dominante, pero también en la multiplicidad de otras culturas e identidades, en particular mediante la inmigración (Sassen, 1991).

Desde principios del Siglo XX, las ciudades de Londres, París y Nueva York fueron consideradas las principales ciudades del mundo debido a su gran influencia a nivel global, sin embargo a partir de la segunda mitad del siglo XX se les han sumado ciudades como Tokio, Beijing, Seul, Madrid y otras ciudades del resto del mundo.

En octubre de 2008, la revista Foreign Policy, en conjunto con la empresa consultora A. T. Kearney y el Chicago Council on Global Affairs, publicó un ranking de ciudades globales, sobre la base de consulta con Saskia Sassen, Witold Rybczynski, entre otros. Foreign Policy señaló que las ciudades más grandes y mejor interconectadas del mundo, ayudan a establecer los programas mundiales, están en condiciones de enfrentar los peligros transnacionales y sirven como centros de integración mundial. Ellas son los motores del crecimiento para sus países y la puertas de acceso a los recursos de sus regiones⁴.

De acuerdo a los últimos datos publicados por la GaWC (The Globalization and World Cities Research Network), la Ciudad de La Paz se encuentra dentro de la categoría de ciudades globales con Alta Suficiencia a convertirse a ciudad Global de Tipo Gamma.

3.1.1. NUEVAS SIETE CIUDADES MARAVILLOSAS DEL MUNDO

⁴ "The 2008 Global Cities Index". Foreign Policy (Noviembre/Diciembre de 2008)

La selección de las Nuevas Siete Ciudades Maravillas del Mundo fue una campaña desarrollada por la Fundación New Seven Wonders Foundation dirigida por Bernard Weber, fundación responsable de los proyectos de las Nuevas Siete Maravillas del Mundo Moderno y las Siete Maravillas Naturales del Mundo.

Según el iniciador de la campaña New7Wonders Bernard Weber, la valorización de algunas ciudades podría permitir alimentar el debate en torno a las problemáticas actuales y para el futuro. Las siete ciudades elegidas son entonces las representantes de las realizaciones y de las aspiraciones de la civilización urbana global, concepto que antes ya fue acuñado por la socióloga Saskia Sassen.

Respecto a la vinculación que existe entre el concepto de ciudad maravillosa y ciudad global, cabe destacarse que ambos conceptos buscan rescatar fundamentalmente aquellas características que una ciudad reúne en los ámbitos sociales, cultural y económico, así como su influencia y repercusión en el mundo (Sassen, 2001).

3.2. LA EXPECTATIVA

Para los turistas, la expectativa es una parte muy importante de las vacaciones, desde el momento mismo en que los potenciales turistas comienzan a planificarlas, inicia toda una cadena de expectativas, basadas en información e imágenes previamente almacenadas en sus memorias.

Las personas cuentan con fuentes internas de información, las cuales pueden ser extraídas de sus recuerdos, cuando los turistas piensan en visitar un determinado destino turístico, lo primero que acontece, es una abstracción mental del lugar, presentándose diversas imágenes relacionadas al destino turístico, como se dijo, existen imágenes e información almacenadas en muchas partes de nuestra memoria y cuando tratamos de compilar todo lo que sabemos acerca de un destino, la memoria arrastra todos esos datos hacia un solo lugar, estamos hablando de la fase inicial de formación de expectativas con respecto a unas posibles vacaciones.

Las expectativas son alimentadas continuamente con nuevas imágenes e información, y este proceso se prolonga hasta el inicio del viaje, pero el cerebro aun seguirá recopilando material que le sea útil para ajustar las expectativas a lo largo del recorrido, inclusive al término de las vacaciones, las expectativas continuaran desempeñando un papel importante, aunque ligeramente diferente, al servir de parámetro comparativo entre lo que se esperaba y lo que se obtuvo como resultado final del paseo.

Por expectativa, nos estamos refiriendo al hecho de pensar cómo lucirá algo de antemano, cómo será determinada experiencia o cuáles son las probabilidades de que algo realmente suceda, las expectativas se basan mayoritariamente en imágenes y de manera parcial, en expresiones verbales o en hechos simples, esta información puede haber estado almacenada en nuestra memoria desde la infancia y proceder de muchas fuentes diferentes, es importante recordar que para que un turista sea considerado como tal, debe desplazarse a un área que es diferente de su ambiente cotidiano, lo cual acarrea un elemento de incertidumbre, que de seguro intensificará sus expectativas.

Las expectativas se nutren, primeramente, de lo que se encuentra almacenado con antelación en nuestra memoria, lo cual incluye las experiencias previas, así como de toda una serie de fuentes externas, tales como guías para viajeros, libros, películas o programas de televisión, además de fuentes orales procedentes de miembros de la familia, amigos o compañeros de trabajo y finalmente de las imágenes de fondo, asociaciones o ideas fijas, las cuales pueden influenciar en nuestras expectativas, estas fuentes a excepción de la primera, están recibiendo imágenes e información de forma continua.

Aparte de material almacenado en el cerebro, existe otra fuente interna que alimenta las expectativas: nuestra imaginación, la imaginación como una proyección de posibilidades, puede atraer gente a un sitio determinado en busca de experiencias sensoriales, que se han consignado al margen de la vida diaria o que han sido rechazadas en su conjunto, se distinguen varios usos de la imaginación:

- Evocar cosas que no están presentes pero que existen en otros lugares;
- Crear imágenes en la mente de cosas que no existen;

- Lograr representaciones para reemplazar las cosas (por ejemplo pinturas o diagramas);
- Representar cosas que no están presentes o que no existen, pero que parecen tener una existencia empírica observable: el dominio de la ilusión.

La imaginación produce metáforas, cruciales para lograr su comprensión dentro de un determinado contexto, nociones y conceptos ya existentes pueden adquirir nuevas interpretaciones, extendiendo y revalorizando su significado, en el campo del turismo pueden encontrarse muchos tipos de metáforas y narraciones, que a su vez pueden considerarse como re-descripciones metafóricas de la realidad, las conexiones que se crean entre los turistas y sus destinos simplifican, de esta manera, el contexto temporal de las vacaciones, de las cuales es difícil tener una visión integral acerca de su naturaleza y complejidad, las percepciones de los sentidos se sitúan en un contexto y los conceptos se hallan provistos de nuevos significados y planos referenciales.

Las expectativas, por lo tanto, se basan por lo general en metáforas que nos ayudan a comprender más fácilmente lo desconocido de una situación a enfrentar, algunos destinos vacacionales sirven de alimento a la imaginación, mientras que otros evocan imágenes preconcebidas, tal como es el caso de un París idílico y romántico durante la primavera, frases como “ambiente caribeño”, “temporada verde” o “bosque nuboso” son todas expresiones metafóricas comúnmente utilizadas en el ámbito del mercadeo con el propósito de alimentar la imaginación y posiblemente las expectativas.

Hay expectativas de amplio espectro, las cuales no están claramente definidas ya que se basan en información de carácter general, por lo que podemos esperar de ellas una vasta gama de experiencias posibles, luego existe otro tipo de expectativas de reducido espectro, se las podría denominar como “bajas expectativas” pero estas están más relacionadas con las experiencias en sí, que con las expectativas mismas, si uno no espera tener una gran experiencia, probablemente las expectativas sean reducidas y no necesariamente de carácter amplio.

Las expectativas de reducido espectro están mas claramente definidas, coinciden con ciertos deseos y están basadas en imágenes e información específica, al final de las vacaciones uno usualmente puede apreciar cuan amplias o reducidas fueron las expectativas, conclusiones que se denominan a su vez “percepciones”, debería ser obvio que al contar con amplias expectativas haya menos posibilidades de que las cosas salieran peor de lo esperado, en tanto que con las expectativas de reducido espectro hay más posibilidad de que ese sea el caso.

Existe un fenómeno claramente definido en el tema de las expectativas, conocido como “profecía auto cumplida”, veamos un ejemplo de esto: cuando una persona pone muchas expectativas reducidas en una parte específica de sus vacaciones y a fin de tener las increíbles experiencias que cree que desea obtener, es altamente probable que se auto engañe con ciertos trucos, como reducir el valor de posibles alternativas en su programa vacacional, poniendo especial énfasis en aquella experiencia prometida y finalmente, gastando todo el tiempo y dinero posible en demostrar que su elección particular fue la mejor y más interesante de todo el plan vacacional, en otras palabras, cuando un turista deja saber que visitar el Teleférico en la ciudad de La Paz, ha sido su mayor deseo, hará todo lo posible, a nivel consciente e inconsciente inclusive, para poder decir, luego del viaje, que esa fue, efectivamente, la experiencia más importante de su visita a la ciudad de La Paz.

3.2.1. Fuentes generadoras de expectativas

La manera en que la expectativa se construye, así como la información y las imágenes que la conforman, depende ante todo, de los turistas mismos y del material disponible en sus memorias, seguidamente, las expectativas se alimentarán de una serie de fuentes externas, las cuales, en su mayoría, tratan con información actual simple, la información focalizada tendrá un mayor peso, aun mas cuando sabemos que este tipo de información, generalmente suministrada por operadores y oficinas de información turística, está diseñada para acrecentar las expectativas de los turistas, la información descriptiva podrá, en última

instancia, ayudar a los turistas en la obtención de una idea más general, o de una mejor visión de conjunto, acerca de lo que podría esperar.

La información con frecuencia es apoyada por imágenes, entre las que destacan, para la construcción de expectativas, las de imágenes materiales como fotografías, películas y afines, las imágenes mentales, al igual que la información descriptiva, ayudarán a los turistas a obtener una idea del ambiente y la vida cotidiana de un determinado destino.

Los lugares que los turistas tienden a visitar, para fines didácticos se encuentran compuestos por las atracciones turísticas principales o fuentes primarias, atracciones secundarias o fuentes secundarias y finalmente las fuentes compartidas, que se traducen en todos aquellos elementos propios del destino turístico, que les proporcionen determinadas experiencias y sensaciones, a través del contacto directo con los mismos.

3.2.1.1. Fuentes Principales

Las fuentes principales son una motivación por sí mismas, por lo que las expectativas creadas alrededor de ellas son usualmente de reducido espectro, los turistas están bastante informados respecto a estas fuentes principales, de lo contrario no hubiesen escogido ese destino en particular, asumimos que en relación a las fuentes principales los turistas poseen expectativas bien definidas, con el riesgo obvio de que las cosas resulten peor de lo que se esperan.

Este tipo de destinos por lo general, son las que cuentan con mayores elementos informativos, información focalizada que es generada a partir de las agencias de turismo públicas y privadas, así un turista que visita la ciudad de La Paz, se encuentra mucho más familiarizado con el Valle de La Luna, o el nevado Illimani, pues constituyen atractivos fundamentales de la ciudad, icónicos y representativo, este tipo de atractivos generan como antes se dijo, expectativas definidas, aunque exista el riesgo de que determinadas

circunstancias como el mantenimiento o conservación del atractivo turístico haya sido deficiente, por lo que la percepción al final será menor a la expectativa generada.

Sin embargo, si bien estas fuentes generan niveles de expectativa moderados o bien definidos, resulta importante considerar que la experiencia misma, resulta en muchos casos ser diferente de la información que se almacenado previamente, elementos de naturaleza subjetiva o externos pueden también ocasionar que si bien los niveles de expectativa del turista, respecto de las fuentes primarias, no suelen ser muy elevados, la experiencia y percepción final resulte ser muy superior a la que se esperaba.

Por consiguiente, es muy importante entender a pesar de todo, que la experiencia del turista no está determinada por una fórmula matemática exacta, sino que al ser de carácter subjetivo, existen una serie de elementos que la condicionan, la compañía, la época del año, la importancia de la visita, la naturaleza de la visita, el tiempo, el clima, el estado de ánimo y muchos otros factores, por ello, consideramos que el instrumento de trabajo aplicado, reflejará también estos aspectos aunque no de manera directa o expresa.

En un ejemplo simple es posible explicar este fenómeno, un turista extranjero que visita la ciudad de Oruro en cualquier época del año, tendrá percepciones muy diferentes y no necesariamente negativas, frente a otro turista que visita esta ciudad durante el Carnaval, de la misma forma, éste último turista, que consideró el Carnaval como una motivación para visitar la ciudad de Oruro, puede tener amplias o moderadas expectativas al respecto, ahora bien, al momento de entrar en contacto con el atractivo turístico, factores diversos como el clima, la ubicación de su butaca, la compañía, los vecinos, el ambiente, la comida, la infraestructura, la organización del evento y muchos otros factores, pueden hacer que sus percepciones finales sean positivas o desfavorables.

Si bien es cierto que algunos de estos factores, a pesar de ser determinantes, escapan del control de las autoridades que organizan el Carnaval de Oruro, una adecuada organización, infraestructura, seguridad, limpieza, oferta de servicios salubres, hospedaje, etc., son

también determinantes en la experiencia del turista, son producto de la planificación, de las políticas públicas, de planes y proyectos que tiendan a mejorar la infraestructura, los servicios de hospedaje y otros, en consecuencia, a pesar de que los factores externos y subjetivos condicionan en gran medida la calidad de la experiencia, es posible que a través de estudios serios, de planificación oportuna y de asumir la importancia de la actividad turística como una cuestión de interés público, es posible garantizar que la experiencia y las percepciones del turista, alcancen al menos niveles razonablemente favorables.

3.2.1.2. Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias, también se encuentran bien documentadas y los turistas saben de su existencia de antemano, por lo que sentirán algunas expectativas con respecto a ellas, Cuando una actividad como el biking es ofrecida por ejemplo en el municipio de Coroico, se provocará que la mayoría de los turistas tengan expectativas que se sitúan en algún punto intermedio de la escala valorativa que va de las reducidas a las amplias expectativas.

Las fuentes secundarias o atractivos secundarios son conocidos por antelación por los turistas y si bien influyen en la elección de determinado destino turístico, no son determinativas, pues las fuentes o atractivos principales, determinan la elección del destino turístico, así, el turista que decida visitar la ciudad de La Paz por su geografía, el nevado Illimani, su vida nocturna y diversidad cultural como atractivos principales, esta consciente de la existencia de otros atractivos turísticos que incrementan el interés en el destino turístico, pero que como dijimos no son determinantes.

3.2.1.3. Fuentes Compartidas o incidentales

En el caso de las fuentes compartidas la situación funciona diferente, aquellos turistas que se desplazan a través del país tendrán la oportunidad de ver pequeñas casas de pobladores locales, paisajes, templos o algún tipo de actividad agrícola a lo largo del día. El tener expectativas reducidas y bien definidas es prácticamente imposible y los turistas muchas veces solo cuentan con expectativas sumamente amplias, e inclusive, no las tienen del todo debido a la falta de información e imágenes correspondientes. Los pueblos de Camargo,

Uyuni y Rurrenabaque son muy diferentes y aun así vemos fotografías de ellos, es bastante difícil imaginar cómo huele un lugar, de qué forma lucen los colores en realidad, así como los diferentes sonidos que posee un sitio específico.

Los turistas que se ubican hacia el lado allocéntrico en las escalas de estilo de vida son proclives a tener más experiencias provenientes de fuentes compartidas e incidentales, por lo que tienden, mayoritariamente, a seguir patrones de expectativas de tipo amplio, en tanto que aquellos instalados en el lado psicocéntrico de estas escalas, se inclinan más por las fuentes principales y secundarias, conformándose con expectativas de tipo reducido, casi siempre fomentadas por organizaciones de viajes, cámaras de turismo o por la información factual directa proveniente de familiares y amigos.

Tanto las imágenes, como la información recibida previa al viaje, dependerán, por lo tanto, del tipo de destino turístico que los turistas tengan previsto visitar, lo cual, a su vez, influye en el tipo de expectativas que desarrollaran.

3.2.2. Expectativas Reales

Hay otro nivel asociado a las expectativas de los turistas, tiene que ver con los conceptos de genuinidad y autenticidad que los turistas esperan o no obtener de sus expectativas. Cuando un turista tiene la expectativa de visitar una autentica tribu indígena y una vez que llega al lugar donde supuestamente se hallan se da cuenta que estos no son ni auténticos ni típicos indígenas, se sentirá desilusionado, debido a la no satisfacción de su expectativa y necesidad correspondiente. Con respecto a las expectativas, los turistas asumen que estas se basan en objetos o fenómenos que son genuinos al menos así es como uno esperaría que fuese, pero si sospechan que no es así y que no son más que copias o inexactas invenciones, existe una gran posibilidad de que no visiten esa fuente en particular.

Pensar que algo “no vale la pena” a menudo significa que no se visitara ese destino o fenómeno ofrecido, mas existe la posibilidad, de que a pesar de que los turistas descubran

el hecho de que esta población indígena viste su indumentaria tradicional solo para brindarles un espectáculo, lleguen a sentir un genuino interés por ver la forma en vivieron los antepasados de aquellas personas, y así satisfacer algunas de sus expectativas, en otras palabras, el cuento referente a la historia de un pueblo indígena debe compensar la falta de autenticidad de los objetos relacionados, este tipo de autenticidad, es lo que conocemos como autenticidad simbólica, este tipo de autenticidad permite que organizaciones de viajes o cámaras de turismo puedan manipular, en cierta medida, las expectativas y experiencias de los turistas, las fuentes principales y secundarias son dotadas de un valor simbólico a través de la información focalizada y el material gráfico asociado, lo cual ayuda a los turistas a tener una visión más clara de lo que van a experimentar y así estar mejor preparados para el grado de autenticidad que dicha experiencia pueda tener.

Expectativas reales deben conducir hacia experiencias auténticas, si están relacionadas al objeto real o tienen una autenticidad simbólica, en este sentido, todo el material que los turistas almacenaran en sus memorias lo supondrán como genuino, por lo que las primeras expectativas que desarrollaran serán reales, ya que estarán basadas en sus propias memorias, una vez que las imágenes e información fluyen desde el exterior, existe la posibilidad de que las expectativas sufran cierta contaminación, ya que los turistas pueden no entender, o mal interpretar la información e imágenes que recibieron.

3.2.3. Expectativa Vs Realidad

La creación de expectativas genera inevitablemente conflictos cuando chocan con los hechos que acontecen, no es lo mismo lo que pensamos acerca de lo que queremos que suceda en una situación y lo que realmente ocurre, de la misma forma no es igual una idea o pre concepción a la experiencia o el contacto mismo.

Las expectativas que creamos ante una situación pueden resultar peligrosas, si están muy alejadas de la realidad. La distancia entre lo que sucede y aquello que imaginamos, determina cómo nos sentimos, no vemos las cosas como son, sino como somos.

¿Dónde se esconde la “realidad”? ¿Qué es la “realidad”? a lo largo de los años, diferentes personas y disciplinas han aportado distintas respuestas, apoyándose en nociones teóricas, métodos y herramientas acordes al contexto cultural del momento.

Según las perspectivas construccionistas en psicología, la “realidad” es una construcción hasta cierto punto por quién la observa, por lo tanto es subjetiva, todo cuanto vemos y observamos, pasa a través de nuestro filtro personal, el cual se encuentra constituido por nuestros valores, creencias, experiencias, características biológicas, relacionales y psicológicas, además del contexto cultural vigente del momento, por lo mismo no es posible conocer la realidad tal cual es, pues siempre será observada a través de los ojos del observador, inclusive la perspectiva construccionista contiene una serie de elementos culturales, sociales y políticos que la convierten en una perspectiva de la realidad.

Esta perspectiva nos brinda un margen más amplio al observar nuestro objeto de investigación pues es importante intentar comprender la percepción del turista extranjero frente a un determinado destino turístico considerando que la misma es fruto también de cómo construye la realidad en base a sus valores, creencias, experiencias, etc.

Las expectativas son creencias, previsiones, ilusiones, deseos y valores que cada uno de nosotros ha ido construyendo en función de diversos factores tales como la educación, las experiencias previas, las características de personalidad y formas de relacionarnos, variables contextuales y por supuesto a partir de la información que se percibe previamente respecto a un determinado destino turístico.

Las expectativas son solo eso, no es posible garantizar una experiencia positiva o negativa, pero es inevitable generarlas y mantenerlas antes de entrar en contacto con el destino turístico, las expectativas son construcciones de sucesos futuros.

El problema ocurre cuando no se cumplen, cuando se lleva esperando con una gran cantidad de cargas emocionales que la experiencia a la que nos enfrentaremos sea tal cual la imaginamos o la preconcebimos y ese anhelo se trunca con una respuesta totalmente

diferente, se produce pues la desilusión o la frustración, inclusive pueden generarse determinados conflictos, la distancia entre lo que sucede y aquello que imaginamos determina en ocasiones, como nos sentiremos más tarde, si no somos consciente de la presencia de este abismo.

La decepción es pues difícil de asumir, pero esto ocurre debido a nuestra expectativa previa más que a los acontecimientos en sí, es decir, a la construcción anticipada que realizamos de la situación, a la idea previa de aquello que esperábamos ya que decir que algo nos ha decepcionado, significa admitir de alguna manera que esperábamos algo que no ha ocurrido o que ha ocurrido de manera diferente a como habíamos imaginado.

El peligro de la generación de elevadas expectativas es pues la decepción o la frustración, el turista idealizó tanto un destino turístico a partir de información no adecuada o experiencias exageradas obtenidas de otras fuentes, que al momento de enfrentarse a la realidad, encontró algo totalmente diferente, en este punto radica principalmente la complejidad de los datos que buscamos obtener, pues es necesario entender que no es posible garantizar el cumplimiento de las expectativas, y que las percepciones del turista están condicionadas por ese gran número de factores que antes mencionábamos.

Sin embargo, existe otra cara en las expectativas, cuando son moderadas o limitadas, pues resulta más posible que la experiencia y la percepción final sea igual o superior a la expectativa y esto se debe en gran medida a la influencia de factores sobre los que el turista no tiene un conocimiento previo, elementos incidentales que concurren para mejorar la experiencia, estos factores son las fuentes de expectativa incidentales, susceptibles o no de ocurrir, obviamente existe también la posibilidad de que el destino turístico mismo como una totalidad, logre rebasar las expectativas del turista a partir de sus propios elementos característicos, sea por su rareza, lo exótico o lo único, es muy difícil construir expectativas acertadas respecto de situaciones que uno jamás a experimentado.

3.3. La Percepción

3.3.1. Las Sensaciones

En general las sensaciones se encuentran directamente asociadas a la motricidad, al proceder y a los órganos receptivos, la sensación es primero una reacción sensomotriz, en segundo lugar es el resultado de una actividad consiente, por tanto *“La sensación se refiere a experiencias inmediatas básicas, generadas por estímulos aislados simples”* (Matlin y Foley 1996 pag.58).

La capacidad sensitiva se forma en la actuación, a la cual aporta los estímulos y a la cual regula su desarrollo, es decir la diferenciación sutileza y exactitud de las sensaciones dependen esencialmente de las necesidades del proceder, *“El ser humano, en su desarrollo progresivo de sensaciones cada vez más sutiles van inseparablemente unidos al desarrollo de las prácticas sociales, estas producen nuevos objetos con cualidades nuevas cada vez más perfectas.”* (Rubinstein:2007 pag. 127).

3.3.2. Los Sentidos

El órgano receptivo está especialmente adaptado para la recepción de estímulos y por ello es más sensible que los demás órganos o fibras nerviosas, se caracteriza por un umbral de excitación especialmente bajo, es decir, su sensibilidad, que es proporcionalmente inversa al umbral de excitación que es especialmente alta. Los órganos receptivos no sirven para la recepción de cualquier estímulo, cada órgano receptivo está especializado en un estímulo en particular, se forma dentro del proceso de desarrollo, bajo la influencia de determinadas clases de estímulos y por ellos es útil para la recepción precisamente de tal clase de estímulo. *“De esta manera se forman receptores táctiles los cuales están adaptados a la recepción de los estímulos de contacto, los receptores del gusto a la recepción de los estímulos gustativos, los receptores olfatorios a los estímulos olfativos, los auditivos y visuales a la recepción de sonido y luz.”*(Toro: 1982 pag. 83)

3.3.2.1. La visión

Es la sensación consciente producida por la luz, que permite apreciar los objetos y sus cualidades, la función del sistema visual es transformar la energía electromagnética del estímulo visual en impulsos nerviosos, proceso que se conoce como transducción – término y proceso extensible a los demás sentidos. El nervio óptico representa el haz de neuronas que lleva la información que se origina en la retina.

3.3.2.2. La Audición

El oído consta de tres regiones anatómicas: oído externo, oído medio y oído interno. La parte más visible del oído externo es el pabellón auricular; son importantes debido a que incrementan ligeramente la amplitud del sonido e intervienen en cierta medida con la detección de la posición de la fuente sonora. Le sigue el conducto auditivo externo, que se dirige hacia adentro a partir del pabellón auricular y funciona como una caja de resonancia, amplificando sonidos muy débiles. El sonido llega al tímpano, o membrana timpánica, una membrana que vibra en respuesta a las ondas sonoras.

3.3.2.3. El olfato

En la anatomía de la nariz se observa en primer lugar la cavidad nasal, un espacio vacío que se encuentra por detrás de cada narina. En el olfato y el gusto, a diferencia de los otros órganos de los sentidos, los receptores están en contacto directo con el estímulo. Las células receptoras del olfato son sustituibles (lo que no ocurre en los demás) y cada una funciona cerca de ocho semanas y luego se le reemplaza.

3.3.2.4. El gusto

El gusto se refiere sólo a las percepciones que resultan del contacto de sustancias con los receptores especiales en la boca, en psicología el gusto se refiere a una porción muy, limitada de las percepciones involucradas en el uso cotidiano de la palabra gusto. Las investigaciones no han sido contundentes al identificar las diferencias y características quimiosensitivas de las células receptoras porque se ha descubierto que algunas papilas

responden a dos, tres e incluso cuatro sabores, sin que pueda argumentarse que existe una especialización marcada.

3.3.2.5. El Tacto

Es el órgano sensorial más grande que tiene el ser humano, los sentidos de la piel informan si un objeto sofocante cubre la cara, protegen del daño cuando se siente dolor; además, defienden de temperaturas extremadamente elevadas o bajas. Otros sentidos relacionados como son el cinestésico y el vestibular, indican si se está de pie erguido o inclinado, en dónde se encuentran las partes del cuerpo y en qué relación.

La piel se divide en tres partes: la epidermis, o capa externa, que tiene muchas capas de células de la piel que se descaman y mueren; la dermis, que es la capa que reemplaza con células nuevas a las que se descaman. Estas células nuevas se mueven hacia la superficie y toman el lugar de las células epidérmicas conforme estas se eliminan. Bajo la dermis se encuentra el tejido subcutáneo, que contiene tejido conectivo y grasa.

3.3.3. El proceso de construcción de las percepciones

El proceso expectativa percepción contiene elementos de contrastación, solo a través de la entrada en contacto y la experiencia directa con la Fuente generadora de expectativa, es que el cerebro, arrojará una determinada conclusión o percepción, antes explicamos que el nivel de la expectativa es measurable de acuerdo a la fuente que la origina, así las fuentes primarias generan expectativas de espectro reducido y en contraste las fuentes incidentales generan expectativas de amplio espectro.

Sin embargo es importante recalcar que los elementos que configuran la experiencia final del turista, al entrar en contacto con la fuente de expectativa son muy diversos, elementos de carácter subjetivo también condicionan la experiencia final, sin embargo es posible aproximarnos a resultados mas o menos acertados que reflejen a cabalidad la percepción del turista, si bien la expectativa constituye una variable importante de naturaleza previa en la construcción de la experiencia, se debe considerar también estos otros elementos, por

consiguiente no únicamente la relación expectativa-realidad, determina lo positivo o negativo de la percepción del turista.

Antes señalamos que factores tales como la época del año, el clima, el estado de ánimo del turista, el hecho de que viaje sólo o acompañado y una serie de factores externos, pueden generar una experiencia diferente a la que el turista estaba esperando, a pesar de ello consideramos que el turista procesa estas emociones y las mezcla con la experiencia vivida al entrar en contacto con la fuente de expectativa, por lo que ambos criterios se verían plasmados finalmente en el veredicto final que tenga del destino turístico,

También es necesario reiterar la importancia que tiene la información en todo este proceso, pues genera condicionamientos previos que generarán mayores o menores expectativas en el turista, elementos que al contrastarse o confrontarse con la realidad, determinan lo positivo o negativo de la experiencia.

Con la finalidad de explicar este proceso de manera más simple, hemos elaborado la siguiente gráfica en la que se muestran las diferentes etapas por las que atraviesa el turista, partiendo por de la motivación y necesidad hacia la generación de expectativas y posteriormente la entrada en contacto con el destino turístico hacia las percepciones finales, la complejidad de este proceso se ve reflejada por la gran cantidad de elementos que influyen y son determinantes en cada etapa, elementos principales e incidentales que directa o indirectamente, condicionarán la experiencia y la percepción final del turista.

A los fines de nuestro estudio, la siguiente grafica busca reflejar estos procesos:

(GRAFICO 1)

NOMBRE: PROCESO EXPECTATIVA – PERCEPCIÓN



Elaboración Propia

A partir de este criterio, resulta necesario puntualizar que el proceso expectativa – percepción, no es un proceso mecánico y resultará importante estudiarlo a partir del desglose de la percepción en general, en percepciones específicas resultantes de la experiencia del turista, al entrar en contacto y experimentar los atractivos turísticos que constituyen fuentes primarias, secundarias e incidentales de expectativas.

Este proceso es necesario toda vez que nuestro objeto de investigación ha sido planteado en principio como un todo, es decir, la cualidad de Ciudad Maravillosa de Mundo que reviste la ciudad de La Paz, empero, los diversos elementos que le merecieron esta cualidad, son diversos y determinan la percepción positiva o negativa que tenga un turista ante su visita a la ciudad de La Paz, reiteramos que las fuentes primarias de generación de expectativas, por lo general se encuentran acompañadas de una gran cantidad de información por lo que no necesariamente determinan una percepción positiva, pues el turista se anticipa a las mismas generando expectativas menores, en contraste las fuentes secundarias y las fuentes incidentales, posibilitan la generación de mayores expectativas, así como la generación de mejores percepciones, pues cuentan con el factor sorpresa.

Capítulo IV

La Paz Ciudad Maravillosa del Mundo

La Paz, es la Sede de Gobierno del Estado Plurinacional de Bolivia, de acuerdo a los datos del Censo de Población y Vivienda del año 2012, tiene una población estimada de 789.541 habitantes, lo que la convierte en la tercera ciudad más poblada de Bolivia, detrás de Santa Cruz de la Sierra y El Alto. Su área metropolitana, incluyendo a los municipios de El Alto, Viacha, Achocalla, Laja, Mecapaca, Palca y Pucarani, es la más poblada del país, llegando a tener una población de 1,8 millones de habitantes según el censo oficial de 2012.

La Paz fue fundada el 20 de octubre de 1548 por el conquistador español Alonso de Mendoza en el asentamiento Inca de Laja con el nombre de Nuestra Señora de La Paz, en conmemoración a la pacificación de las guerras civiles en el Virreinato del Perú. La ciudad fue trasladada posteriormente a su ubicación actual en el valle de Chuquiago Marka. La Paz fue inicialmente controlada por el dominio español del Virreinato del Río de la Plata como una ciudad de tránsito establecida en la ruta comercial entre Potosí y Lima.

Posteriormente la ciudad experimentó numerosas revueltas a favor de su independencia, siendo las más importantes la revuelta de 1781, cuando el líder indígena Túpac Katari, sitió la ciudad por seis meses y la del 16 de julio de 1809, cuando el patriota Pedro Domingo Murillo inició una revolución en la ciudad, dando inicio a las guerras de independencia hispanoamericanas.

Como sede de gobierno de Bolivia, La Paz alberga el Palacio Quemado, sede del poder ejecutivo boliviano, el Palacio de la Asamblea Legislativa Plurinacional, sede del poder legislativo y numerosos departamentos gubernamentales, La Paz como centro político del país con la mayoría de las embajadas diplomáticas y misiones extranjeras que llegan a Bolivia. Con el pasar de los años, la ciudad de La Paz se convirtió en un importante centro político administrativo y económico financiero de América Latina y es responsable

de generar el 24 % del Producto Interno Bruto del país, además de ser la sede central de la mayoría de empresas e industrias bolivianas.

La Paz se destaca también por ser un importante centro cultural a nivel latinoamericano debido a su legado colonial y su presencia indígena; alberga varios monumentos y sitios importantes, como la Basílica de San Francisco, la Catedral Metropolitana, la Plaza Murillo y la Calle Jaén. La ciudad es también conocida por sus mercados únicos, particularmente el Mercado de las Brujas y por su vibrante vida nocturna. Su topografía accidentada ofrece vistas únicas de la ciudad y de la Cordillera Real desde varios miradores naturales. La Paz también alberga el sistema de transporte aéreo por cable más alto y largo del mundo. Desde 2012, La ciudad se encuentra en el índice de Ciudades Globales, considerada una ciudad global tipo "Gamma".

4.1. Geografía

La ciudad de La Paz se encuentra ubicada en el oeste de Bolivia a 68 km al sureste del Lago Titicaca, a una altura promedio de 3650 metros sobre el nivel del mar, La Paz es una de las ciudades más altas del mundo, debido a su elevación, La Paz tiene un clima subtropical de altura, con veranos lluviosos e inviernos secos.

La ciudad de La Paz está asentada en un valle a las riberas del río Choqueyapu que cruza la ciudad de norte a sur, y de pequeños ríos que nacen en las laderas altas y depositan sus aguas a lo largo del trayecto de este río que desemboca hacia el norte boliviano. En su trayecto por la ciudad se ve altamente contaminado con todo tipo de residuos, especialmente industriales, por lo que a lo largo de su rivera, en la ciudad, desprende constantemente desagradables olores. En la Cordillera Real (al este de la ciudad) se encuentra el Illimani (6462 msnm), cuya silueta es el emblema de la ciudad desde su fundación.

El centro de la ciudad está rodeado por barrios que fueron construidos en las laderas periféricas dándole a la ciudad un aspecto de embudo. La mayoría de estos barrios fueron creados por la emigración interna que hubo a finales de los años 60 y principios de los 70 (últimos años de la dictadura boliviana). Esta hizo que mucha gente del campo emigrara a

la ciudad buscando un mejor porvenir y así se fueron asentando en los alrededores de la ciudad de La Paz y creándose los barrios periféricos. Hoy día, muchos de ellos están dentro del programa "Barrios de Verdad" que lleva a cabo el Gobierno municipal para mejorar las condiciones físicas y mejorar así la calidad de vida de sus habitantes. Se puede decir que La Paz es una ciudad multicultural donde conviven tanto aimaras, quechuas y mestizos como personas procedentes de otras partes del mundo.

4.2. Clima

El clima de la ciudad es templado de alta montaña. El promedio anual de temperaturas es de aproximadamente 16 grados centígrados, La Paz tiene una precipitación promedio de 575 mm, siendo enero el mes más lluvioso del año. Las lluvias se concentran de manera estacional desde diciembre hasta abril. En promedio el mes más cálido es noviembre mientras que el mes más frío es julio.

La temporada de primavera en La Paz registra una temperatura máxima promedio de 22° centígrados y una temperatura mínima promedio de 5° centígrados, en primavera el clima es húmedo y templado más estable que en otras estaciones, en verano el clima es templado a caliente, por la noche y el amanecer se presentan lluvias, especialmente durante la transición de estaciones, de verano a otoño. El clima de otoño es un poco frío y seco. Por último el invierno es húmedo y frío.

4.3. Descripción de la Ciudad

El centro de la ciudad de La Paz posee tres puntos principales en los que se desarrolla gran parte de la vida económica y social de la ciudad. Estos puntos son:

- La Plaza Murillo, que es lugar del emplazamiento de los edificios de los poderes Ejecutivo y Legislativo de Bolivia.
- El atrio de la Basílica de San Francisco, es considerado uno de los principales lugares de encuentro social de la ciudad, pues junto a la Plaza Mayor (con la que colinda) es el área de expresión social más importante, donde habitualmente se reúnen miembros y afiliados de instituciones como la Central Obrera Boliviana (COB).

- La pasarela Pérez Velasco, que conecta la calle peatonal Evaristo Valle y el inicio de la calle Comercio, el sector, en el que antes se hallaba la Plaza Lucio Pérez Velasco tiene en sus cercanías un importante punto de embarque y desembarque de pasajeros que llegan o se dirigen a la vecina ciudad de El Alto.

El centro también se caracteriza por seguir el tradicional diseño en "damero" usado por los españoles para las ciudades en la colonia. Alrededor de la Plaza Murillo se encuentran algunos de los edificios más antiguos de la ciudad y los museos más importantes, además de otros lugares históricos. La expansión de la ciudad se desarrolló a través de vías sinuosas debido a la topografía particular de la ciudad, creándose el aspecto característico actual.

La avenida Dieciséis de Julio El Prado, con numerosos jardines bien conservados, es parte del eje longitudinal que conforma la estructura de la ciudad, atraviesa el actual centro y se ha consolidado históricamente como el punto neurálgico de comunicaciones, entretenimiento, comercio y finanzas de La Paz.

La ciudad de La Paz está caracterizada por sus múltiples puentes que conectan a los barrios debido a su topografía irregular, como pueden ser los puentes Trillizos que unen el lado este y oeste de la ciudad atravesando el río Choqueyapu.

Proveniente desde el sur, un largo cañón de mediana profundidad atraviesa parte de la ciudad y forma un espectacular paisaje. Este cañón (ahora convertido en parque, y como gran parte del Parque Urbano Central) alberga a uno de los lugares más atractivos de la ciudad: el Parque Laikakota, que es un cerro que surge desde el cañón y desde cuya cima se puede observar gran parte de la ciudad. En este se han hecho variadas obras de remodelación junto a la construcción de un paseo mirador elevado, que recorre la mayor parte del parque y ofrece una vista hacia toda la ciudad.

La ciudad cuenta, con una plaza de armas, denominada Pedro Domingo Murillo durante el siglo XX en honor al principal prócer de la Revolución del 16 de julio de 1809 por la independencia del país. Esta plaza y sus alrededores son un importante lugar turístico y el principal centro de encuentro de la gente. La ciudad cuenta asimismo, con diferentes

templos coloniales, entre ellos la Iglesia de San Francisco, parte del conjunto conventual del mismo nombre, construida entre los siglos XVI y XVIII su arquitectura es un notable ejemplo del estilo denominado barroco mestizo o barroco andino en Bolivia.

Por la topografía característica de la ciudad, la población se extendió inicialmente en las riberas del río Choqueyapu conformando tres sectores: la ladera este, la ladera oeste y la zona sur de la ciudad, los sectores este y oeste se caracterizan por desarrollarse en zonas de mediana y alta pendiente llegando a alturas de hasta 4000 msnm, la zona sur presenta una altitud promedio de 3200 msnm, altura que en su desarrollo hacia el sureste va en aumento hasta llegar a 3800 en las zonas colindante con el municipio de Palca.

Las zonas de Miraflores y Sopocachi fueron barrios tradicionalmente destinados a vivienda, con el aumento poblacional de la ciudad las viviendas unifamiliares que la caracterizaban han sido reemplazadas por edificios multifamiliares, una situación similar caracteriza la Zona sur de la ciudad.

A través de la zona de Villa Fátima, se accede al territorio subtropical del municipio, los Yungas, tropical y el departamento de Pando. Actualmente La Ciudad de La Paz tiene varias líneas de Teleféricos que conectan especialmente la Zona Central con la Ciudad de El Alto y la Zona Sur con Ciudad Satélite que esta ubicada en El Alto

4.4. Turismo

La Paz es el centro cultural más importante de Bolivia, caracterizada por su arquitectura colonial, sus modernos edificios y la particular topografía que la hace única, es sede de varias catedrales que datan de la conquista española, como el templo y convento de San Francisco y la Catedral Metropolitana, este último ubicado en la Plaza Murillo, que es también sede del Palacio Quemado, palacio presidencial del país y de la Asamblea Legislativa Plurinacional, edificios que caracterizan el paisaje de la ciudad.

La ciudad de La Paz cuenta también con una gran cantidad de museos, los más notables son aquellos localizados en el casco viejo de la ciudad, la calle Jaén, que ha sido preservado el diseño de las calles desde los días de Colonia y es el hogar de 10 museos diferentes y de toda la cultura paceña.

Otra zona turística importante y muy visitada de la ciudad de La Paz es la Zona Sur, importante centro económico y residencial, los últimos años se ha convertido en la zona más exclusiva de la ciudad, debido a la gran cantidad de hoteles y restaurantes de lujo, en la Zona Sur se pueden encontrar los centros comerciales más grandes de Bolivia.

Otros barrios característicos de la ciudad son Sopocachi, San Jorge y Miraflores, Sopocachi, es considerado como la zona bohemia por excelencia, en este barrio se encuentran la mayoría de cafés, restaurantes y galerías de arte. Otra característica de la zona es la vida nocturna, pues Sopocachi cuenta con una amplia variedad de discotecas y pubs, que son constantemente concurridos por locales y turistas, es también conocida como la zona de los enamorados.

San Jorge es el barrio más exclusivo del distrito oeste, acoge a la Residencia Presidencial de Bolivia, así como a la gran mayoría de embajadas presentes en el país, como las embajadas de Estados Unidos, Reino Unido, España, Alemania y Japón entre otras, San Jorge es la zona con más densidad de edificios de toda Bolivia, además en el barrio se encuentran los dos rascacielos más altos del país denominados Torre Girasoles y Torres del Poeta, y la Torre Azul, único edificio inteligente de la ciudad, San Jorge también acoge al Hotel Ritz y a los conocidos institutos culturales Goethe Institut de Alemania y a la Sociedad Dante Alighieri Italiana. La zona de San Jorge es el sector urbano con mayor Índice de Desarrollo Humano de la ciudad y de todo el país.

4.4.1. Nevado Illimani

El Nevado Illimani es una de las cumbres más altas de Bolivia con 6462 metros se encuentra ubicada cerca de la ciudad de La Paz. Es la mayor altura de la Cordillera Real y la segunda de Bolivia detrás del Sajama, que pertenece a la Cordillera Occidental.



El Illimani es un enorme macizo de más de 8 km de longitud y cuatro cumbres que sobrepasan los 6000 msnm. Estas discurren de noroeste a sureste, y de ellas es el último nevado de la Cordillera Real de norte a sur; por el norte el cordón comienza con el Nevado

Illampuy termina por el sur con el Illimani.

El contraste entre la gran depresión en donde se ubica la ciudad de La Paz y el extenso y blanco Illimani es sorprendente, hacia el sureste de la ciudad. Las distancias entre la capital boliviana y las alturas, entre la cultura urbana y la andina son mínimas y en pocos lugares del mundo encontramos una combinación como en La Paz. Los crepúsculos vespertinos, con los aires siempre despejados de La Paz, son todo un espectáculo; y mientras la ciudad empieza a refulgir en toda su extensión, el Illimani va pasando por diferentes tonos de colores, hasta extinguirse todo colorido en el blanco pálido y eterno que son las nieves y hielos del nevado, invirtiendo el proceso al alba.

En 2012 por unanimidad en la cámara de diputados el nevado Illimani fue declarado Patrimonio y paisaje natural del Estado, con el objetivo de garantizar su preservación, encargándose su registro, catalogación y emisión de certificado al Ministerio de cultural, la declaratoria se halla respaldado por la ley 302 del 24 de octubre de 2012.

4.4.2 . Mercado de las Brujas

Bolivia en general y La Paz en particular poseen un aura algo místico en el imaginario de sus gentes. Todavía previve esa mezcla de creencias ancestrales basadas en la Naturaleza y en la magia de los objetos junto con la Fe cristiana llevada desde los inicios de la conquista. En el país con mayor porcentaje de población indígena de Sudamérica la

Pachamama, es decir, la Madre Tierra, tiene tanta o más importancia que otros conceptos adquiridos a través de las misiones evangelizadoras de siglos anteriores. Los rituales en busca de la fortuna, el amor o el trabajo tanto realizados por hechiceros como por gente de a pie requieren una serie de objetos o figuras esenciales para llevarlos a cabo. Y es precisamente el mercado paceño denominado “de las brujas” el más indicado para hacerse con los amuletos o recetas y así lograr ese afán por medios que se salen de toda racionalidad.



El Mercado de las Brujas es uno de los lugares con más sabor e intrínquilis de la ciudad de La Paz, pintoresco y lleno de costumbres y creencias ancestrales combinadas con tradiciones coloniales. Las calle Sagárnaga y la Calle Linares, comparten este rico centro de costumbres, casualmente esta

zona alberga una gran canidad de agencias de viajes que ofertan una gran variedad de paquetes turísticos.

4.4.3 La Chola Paceña

A partir de la colonización las mujeres inbdigenas utilizaban estas vestimentas tradicionale establecidas durate el proceso inicial del mestizaje, las mujeres que se auto identifican como cholas paceñas se caracteruzan con los siguientes elementos en su vestimenta:

- **Sombrero:** Las cholas usan sombreros de ala corta o mediana, en algunos casos han sido sustituidos por gorros de lana dada la baja temperatura que presenta en ciertas épocas del año la ciudad de La Paz

- **Blusa o chaquetilla.** En lo cotidiano suelen ser sencillas y para fiestas o otros acontecimientos bordadas y generalmente se acompañan de chompas o chaquetillas, además de la manta tradicional de las cholos en Bolivia muestran variaciones regionales y generacionales, las existen de telas ligeras en los valles así como de tejidos más pesados en las regiones del altiplano, la prenda también.
- **Pollera:** Las faldas de chola son llamadas polleras. Estas faldas se caracterizan por ser de amplio vuelo y ser plisadas, y largas casi hasta la altura de la pantorrilla. Adicionalmente, bajo las polleras se utilizan enaguas.
- **Calzado:** pueden variar entre zapatillas, abarcas o zapatos de tacon se utilizan con polainas o medias nylon.
- **Manta.** Las mantas de chola llevan flecos de macramé y se usan sobre los hombros a menudo sujetas con prendedores o topos. Los materiales y decoración varían incluyendo lana de vicuña, alpaca, telas sintéticas con diseños estampados, telas lisas con bordados y de encaje.



4.4.4. Nevado Chacaltaya



Es una montaña ubicada a 30 kilómetros de la ciudad de La Paz y constituye uno de sus principales atractivos, principalmente debido a la realización de deportes de invierno, tiene una altura de 5421 msnm y se encuentra localizada en la Cordillera de los Andes muy cerca

del Huayna Potosí, es mundialmente conocida por ser la pista de esquí más alta del mundo, así como la más cercana a la línea del Ecuador.

En los últimos años, experimentó una pérdida drástica de nieve debido a los efectos del cambio climático, hacia el año 2010 el glaciar no tenía más de 20 metros de longitud, por lo que es considerado como el primer glaciar tropical extinto de Sudamérica, actualmente las autoridades públicas están desarrollando una serie de acciones destinadas a su recuperación y preservación.

4.4.5. Mi Teleferico

Es el sistema de Transporte Aéreo por Cable más extenso del mundo, une las ciudades de La Paz y El Alto, así como diferentes zonas urbanas y periurbanas, inició oficialmente sus operaciones el 30 de mayo de 2014 contando inicialmente con tres líneas, fue construido por la empresa Suiza Doppelmayr.



La complicada topografía de la ciudad de La Paz, llena de serranías, rodeada de cadenas montañosas, ríos diversos, hace muy complicada la labor del transporte en la ciudad, no es posible la construcción de grandes autopistas debido al gran costo que esto implicaría por cuestiones geográficas, sin embargo debido al enorme crecimiento que la ciudad ha ido experimentado, los problemas del transporte público se hicieron aún más evidentes, debido a las deficiencias del transporte sindicalizado, debido a esto, el teleférico fue concebido justamente como una medida de mitigación al problema del transporte, dado que precisamente utiliza los cambios de altura, cerros y montañas, para realizar un transporte más rápido en forma directa (línea recta) sin necesidad de circular por complejas calles serpenteantes que deben acomodarse a la difícil topografía.

El sistema pretende resolver diversos problemas a la vez, como el precario servicio de transporte público que no puede hacer frente a la creciente demanda de los usuarios y los “gastos significativos”, en tiempo y dinero, que implica el movilizarse entre ambas ciudades. Además el tráfico caótico y con altos niveles de contaminación ambiental y auditiva, y la creciente demanda de gasolina y diésel, que son subvencionadas por el Estado.

En la actualidad se encuentran en construcción nuevas rutas y líneas para integrar la ciudad de La Paz, en sus primeros años de funcionamiento, el teleférico transportó millones de pasajeros debido a su gran capacidad, su implementación coincidió con la campaña que

fue impulsada a partir del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz para que la ciudad fuese nominada como ciudad Maravillosa del Mundo.

Muchos expertos consideran que a pesar de la eficiencia de este medio de transporte, sus alcances también se vinculan al plano turístico, ya que desde su inauguración es una parada indispensable para los turistas nacionales y extranjeros, muchos consideraron inclusive que la puesta en funcionamiento de los teleféricos línea roja, amarilla y verda, aportaron los puntos que la ciudad necesitaba para ser considerada como una de las ciudades Maravillosas del Mundo.

4.4.6. Valle de la Luna

El Valle de la Luna es una formación rocosa que se encuentra a unos 10 kilómetros del centro de La Paz, Bolivia, su nombre fue dado por Neil Armstrong primer hombre en pisar la luna, quien se encontraba de visita en la sede de gobierno boliviana el año 1969.

El Valle de la Luna es una sección donde la erosión ha consumido la parte superior de una montaña. No siendo el suelo sólido, arcilla en vez de roca, con el transcurso de los siglos los elementos han creado una obra de arte algo diferente. Es como un desierto de estalagmitas.

Las montañas alrededor de La Paz son de arcilla. Lo interesante es que esta arcilla contiene ciertos minerales y tal parece que no son los mismos o su porcentaje varía de una a otra montaña. Como consecuencias el color de las faldas es diferente, creando ilusiones ópticas muy atractivas. En su mayoría son de un color claro parecido al color beige o castaño muy pálido. También se encuentran zonas que son casi color rojo además de presentar colores violeta oscuro.



Se le atribuye a Neil Armstrong fue el nombre con el que se conoce a esta formación rocosa "Valle de la luna", en una visita a la ciudad de La Paz el año 1969

después de presenciar un partido entre The Strongest y Bolívar, este se disponía a jugar un partido de golf y dada la cercanía de este lugar con el campo de golf, Armstrong vio la similitud que existía con los paisajes de la luna y decidió nombrarla así.

4.4.7. Tiahuanaco

Tiahuanaco es una antigua ciudad arqueológica que es considerada como capital del Imperio Tiwanacota, se encuentra ubicada en el departamento de La Paz a 15 kilómetros del lago Titicaca.

Fue el centro político, económico y cultural de la civilización Tiwanacota en la época pre incaica, considerada como una de las culturas pre colombinas más desarrolladas, aún se encuentran restos de sus avances en la agricultura, la arquitectura, la ganadería, la cerámica y otros, los expertos creen que en su época de esplendor, abarcó extensos territorios entre Perú, Bolivia, Argentina y el norte de Chile.

La ciudad de Tiahuanaco se caracteriza por su arquitectura decorada con relieves y planos incisos colocados sobre estelas; está compuesta por siete construcciones arquitectónicas importantes: Kalasasaya, Templo Semi-subterráneo, Pirámide de Akapana, Puerta del Sol y Puma Punku también grandes pirámides y esculturas.

Testimonio de una importante cultura pre incaica, la cultura Tiwanacota poseía un puerto en el Lago Titicaca aunque ahora se encuentre a 15 km de distancia de él. La magnificencia de su cultura se refleja en su excelente obra cerámica con los famosos queros (vasos ceremoniales), los huaco-retratos (retrato tridimensional de un rostro humano en una vasija) así como los textiles y sobre todo en las construcciones arquitectónicas, muchas de las cuales poseen orientación astronómica.

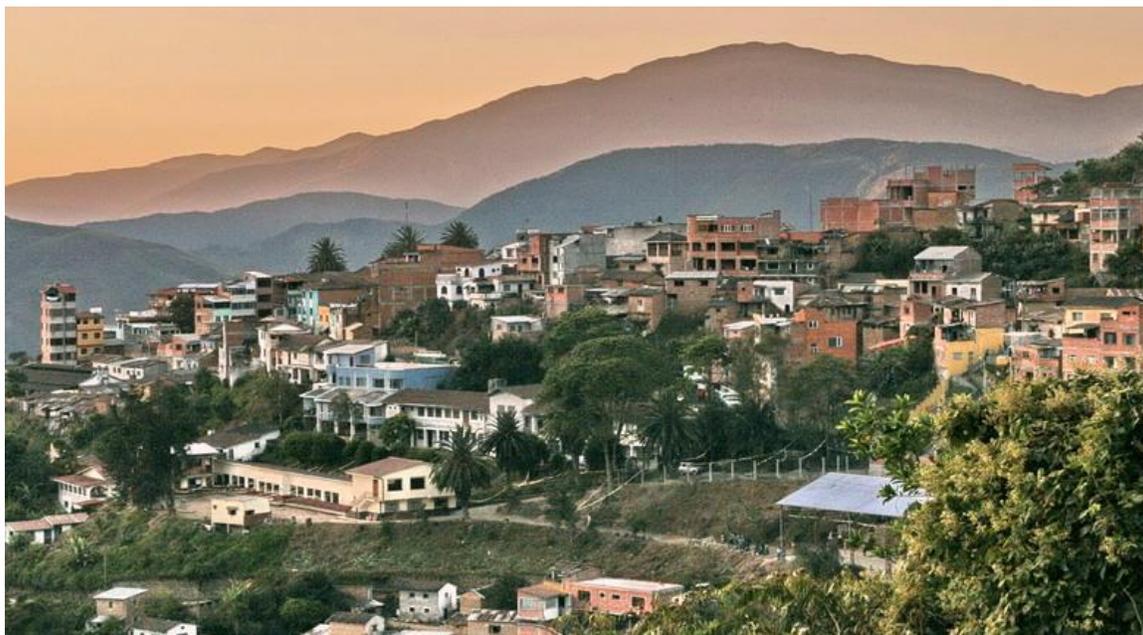


Esta cultura según algunos autores se inició alrededor del 1580 a.C. a 1000 d.C., aunque según estudios más recientes se desarrolló desde 1500 y colapsó alrededor del año 900 o 1000 d.C. Dada su aparente antigüedad, algunos estudiosos propusieron que Tiwanaco fue la cultura madre de las civilizaciones americanas, mientras que otros la consideraban como la capital de un antiguo imperio megalítico, o de un gran imperio que se expandió por todos los Andes Centrales.

4.4.8. Coroico

Coroico es la capital de la Provincia Nor Yungas del Departamento de La Paz, se encuentra a aproximadamente tres horas de viaje de la ciudad de La Paz, existe gran oferta turística hacia este destino, famoso por sus cualidades naturales, su clima y sus paisajes imponentes, cuenta con varios hostales y residenciales ecológicos para los turistas que desean alejarse un poco del ruido de las grandes urbes.

Debido a su cercanía con la ciudad de La Paz, es un destino muy popular y forma parte de los recorridos que ofertan las agencias de turismo, es también de fácil acceso para los viajeros pues existe variada oferta de transporte, la carretera asfaltada La Paz – Coroico, es considerada una maravilla de la ingeniería, cortando montañas y atravesando selvas con puentes y rellenos que se confunden con el paisaje.



Es sede del famoso “camino de la muerte” trayecto que si bien ya no se encuentra abierto a la circulación vehicular, atrae una gran cantidad de turistas para la realización de caminatas y recorridos en bicicleta.

4.4.9. Copacabana y el Lago Titicaca

El lago Titicaca se encuentra ubicado en la meseta altiplánica, a una altitud promedio de 3812 metros sobre el nivel del mar y es compartido por Bolivia y Perú, su profundidad máxima es de 281 metros. El lago Titicaca se encuentra entre las cordilleras andinas en una cuenca de alrededor de 58 000 km², es el lago navegable más alto del mundo y ocupa el lugar 19 del mundo por superficie. Está formado por dos cuerpos de agua separados por el estrecho de Tiquina; el más grande situado al norte es denominado lago Mayor o Chucuito tiene una

superficie de 6450 km², estando en esta parte su mayor profundidad (283 m), cerca de la isla Soto. El otro cuerpo más pequeño llamado Menor o Huiñamarca situado al sur tiene una superficie de 2112 Km² con una profundidad máxima de 45 metros.



La localidad de Copacabana es el principal ingreso a este Lago cerca de la ciudad de La Paz, se encuentra a 155 kilómetros de ésta, a poco más de dos horas de viaje.

Capítulo V

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

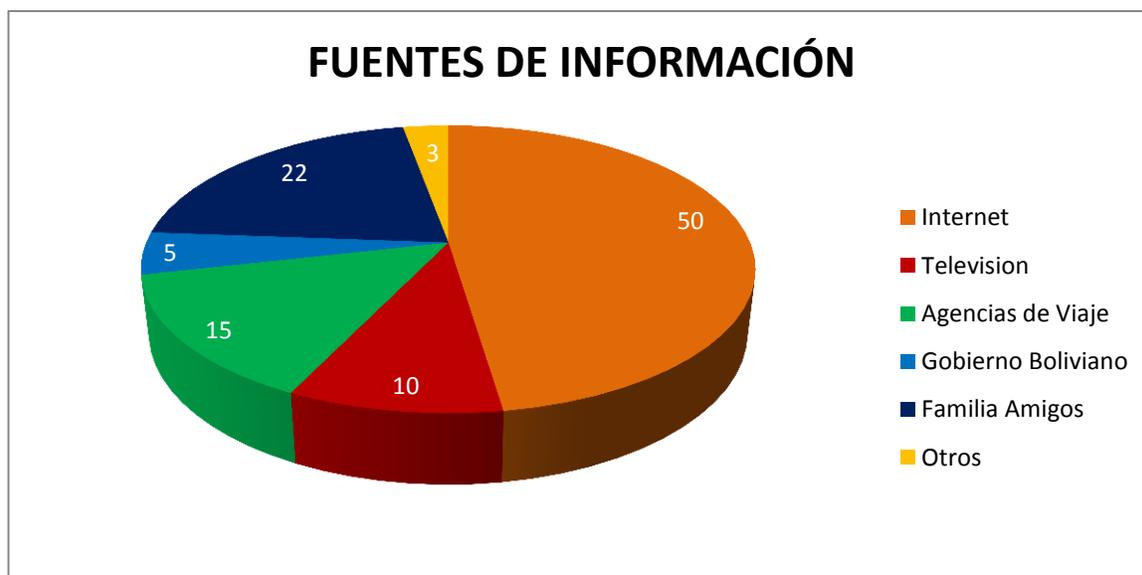
5.1. Cuestionario y Datos sobre Niveles Expectativas

5.1.1. Análisis de las Fuentes de Información

Pregunta 1 ¿A través de qué fuente obtuvo mayor información turística referente a la Ciudad de La Paz?

(GRAFICO 2)

NOMBRE: FUENTES DE INFORMACION



(Cuestionario Expectativas)

De los cincuenta encuestados, el 50% manifestó haber obtenido la mayor parte de la información a través del Internet, la segunda fuente más importante fueron los familiares y amigos, las fuentes oficiales de información y la información proporcionada por las agencias de turismo, fueron relegadas a un segundo plano, el comportamiento de estos datos obedece a la neutralidad y objetividad de la información que se obtiene a través de los foros de viajeros y de los testimonios de amigos y familiares. Este dato es importante

pues nos permite establecer que las expectativas generadas son moderadas y de espectro reducido.

5.1.2. Análisis y evaluación de la Información Turística

Pregunta 2 ¿Cómo evaluaría la información turística existente en referencia a la Ciudad de La Paz?

(GRÁFICO 3) NOMBRE: EVALUACIÓN DE INFORMACIÓN)



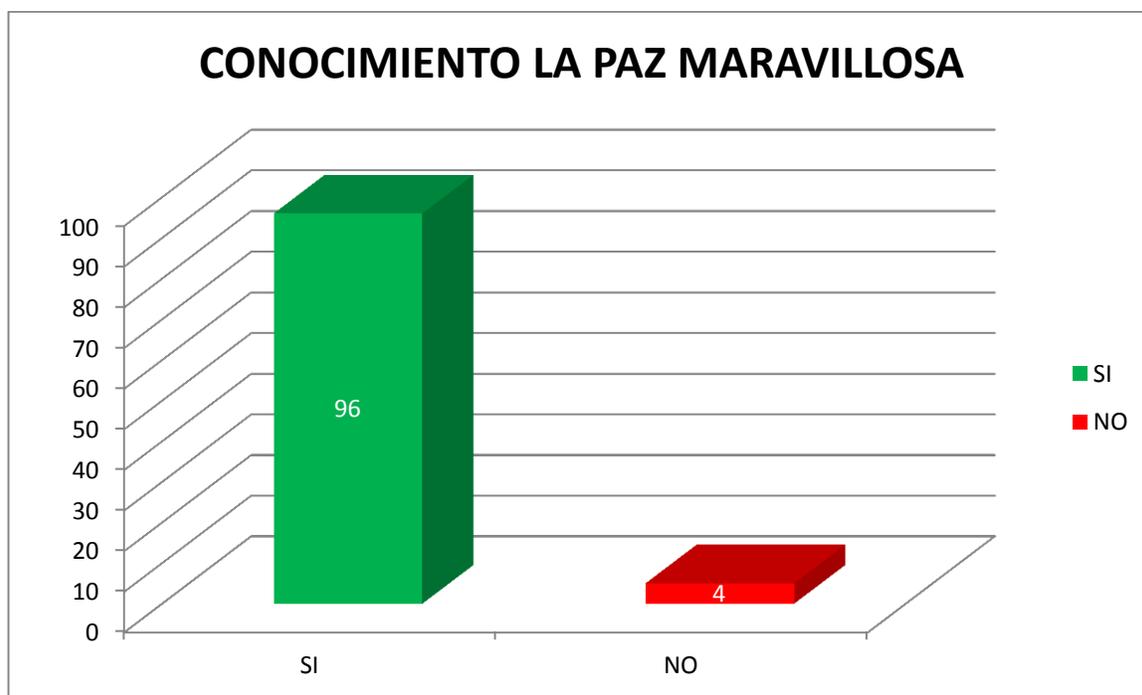
(Cuestionario Expectativas)

Es necesario considerar que los turistas encuestados acudieron al internet y a los testimonios de familiares y amigos, pues es posible obtener de estas fuentes, información más confiable y realista, en comparación con aquella que proveen las agencias de turismo y fuentes oficiales que suelen exagerar la misma, aspecto que como se observa en esta gráfica ha sido positivamente valorado por los turistas. El 63% de los encuestados considera que la información que obtuvieron fue buena, aspecto que realza su coincidencia con la realidad, es decir que las fuentes de información que antes señalamos, debido a que en su mayoría consisten en testimonios de personas que ya visitaron el destino turístico, constituyen fuentes de información más confiables.

5.1.3. Conocimiento del Turista del Nombramiento de La Paz, como ciudad maravillosa del mundo.

Pregunta 3 ¿Sabía usted que la Ciudad de La Paz, fue electa como una de las Siete Ciudades Maravillosas del Mundo?

(GRÁFICO 4) NOMBRE: CONOCIMIENTO LA PAZ MARAVILLOSA



(Cuestionario expectativas)

El hecho de que la principal fuente de información consultada por los turistas, haya sido el internet, parece haber determinado el curso de esta pregunta, es evidente que los buscadores y servidores en el internet, al momento en que el usuario digita “La Paz”, asocian el término con Ciudad Maravillosa del Mundo.

El desarrollo de las tecnologías de información permite un flujo de información mucho más transparente y de fácil acceso, resulta también necesario considerar que el

nombramiento de la Ciudad de La Paz, como ciudad Maravillosa del Mundo, no es un hecho de reciente data, del 7 de diciembre de 2014 a la fecha de nuestra investigación han transcurrido ya más de dos años, por lo que es evidente que la información se haya consolidado y difundido con rapidez, de los cincuenta encuestados, el 96% manifestó saber con anticipación que la ciudad de La Paz es una de las Siete Ciudades Maravillosas del Mundo.

5.1.4. La Paz Ciudad Maravillosa del Mundo, ¿Influye o no?

Pregunta 4 ¿En qué medida influyó en su persona, que la ciudad La Paz haya sido declarada como una de las siete ciudades maravillosas del mundo, para decidir visitarla?

(GRÁFICO 5) NOMBRE: INFLUENCIA LA PAZ CIUDAD MARAVILLOSA



(Cuestionario Expectativa)

Nos encontramos con datos bastante contundentes, la gran mayoría de las turistas encuestados 78%, expresaron que el hecho de que la Ciudad de La Paz, haya sido electa como una de las siete ciudades maravillosas del mundo, marcaron su decisión de visitarla, aspecto que nos brinda también un importante dato que considerar, en la descripción de

nuestros objetivos, establecimos puntualmente que la ciudad de La Paz, como ciudad maravillosa del mundo, constituye de por sí una fuente de expectativa principal, pues es la motivación principal del turista, resulta un tanto abstracto pero es posible inclusive afirmar que este hecho, otorga a la ciudad una mística especial, ya que al margen de la gran cantidad de atractivos turísticos con los que cuenta, la idea de una ciudad maravillosa, cautiva al turista, en su concepción global, es decir con todos aquellos elementos que la caracterizan.

5.1.5. Fuentes Secundarias de Expectativa

Pregunta 5 ¿Señale que otros atractivos turísticos lo motivaron a visitar la ciudad de La Paz?

(GRÁFICO 6) NOMBRE: FUENTES DE EXPECTATIVA SECUNDARIA



(Cuestionario Expectativas)

Encontramos que los turistas también se vieron motivados a visitar la ciudad de La Paz, por su cercanía con los Municipios de Coroico y Copacabana, mientras que un porcentaje

menor se decantó por algunos de los rasgos característicos de la ciudad, como el Illimani y el Teleférico, en menor medida influyeron el mercado de las brujas, el valle de la luna y el centro histórico de la ciudad. Es importante destacar que las fuentes secundarias de expectativa, nacen también de las mismas fuentes de información que las principales, son elementos sobre los cuales el turista puede obtener también información más o menos detallada, y se caracterizan por generar niveles moderados de expectativa, sin embargo debido a que la información que se obtiene no siempre es abundante, es posible que la experiencia del turista sea más favorable de lo que sus expectativas anticiparon, es decir que estas fuentes de expectativa, generan en la mayoría de las ocasiones, sensaciones positivas en el turista y posibilitan que la percepción final del destino turístico en su integridad sea positiva.

5.1.6. Niveles de Expectativa

Pregunta 6. ¿Como se siente al visitar la ciudad de La Paz?

(GRÁFICO 7)

NOMBRE: NIVELES DE EXPECTATIVA



(Cuestionario expectativas)

Las expectativas son producto de la calidad y cantidad de información que el turista percibe antes de realizar su viaje, la información objetiva y concreta suele generar niveles de expectativa moderados, si consideramos la tendencia de los resultados obtenidos por la primera pregunta y la segunda pregunta del cuestionario de expectativas, en el que se impusieron la información a través de internet y los testimonios de familiares y amigos, es natural que los niveles de expectativa sean moderados, pues el turista tiene una idea aproximada de lo que debe esperar de su experiencia. De los cincuenta encuestados, 23 % expresó estar emocionado, mientras únicamente 16 % mostró altos niveles de expectativa, es importante también considerar que la expectativa también es generada por otros factores además la información generada por las fuentes consultadas, factores subjetivos que generan mayor anticipación.

Considerando que prácticamente la totalidad de los encuestados manifestaron conocer con anticipación que la ciudad de La Paz había sido electa como una de las siete ciudades maravillosas del mundo y que muchos de ellos señalaron que este hecho motivó su viaje, es necesario recalcar la naturaleza de las expectativas que son generadas por las fuentes principales, hecho que explica los resultados obtenidos en esta pregunta.

Las fuentes principales son una motivación por sí mismas, por lo que las expectativas creadas alrededor de ellas son usualmente de reducido espectro, los turistas están bastante informados respecto a estas fuentes principales, de lo contrario no hubiesen escogido ese destino en particular, asumimos que en relación a las fuentes principales los turistas poseen expectativas bien definidas, con el riesgo obvio de que las cosas resulten peor de lo que se esperan, con esta categorización y los datos obtenidos en la encuesta de expectativas, ha quedado demostrado que el nombramiento de la Ciudad de La Paz, como ciudad maravillosa del Mundo, constituye una fuente de expectativa principal que genera expectativas moderadas en los turistas, debido a la naturaleza de la información que consultaron de manera previa.

5.2. Cuestionario y Datos sobre percepciones finales

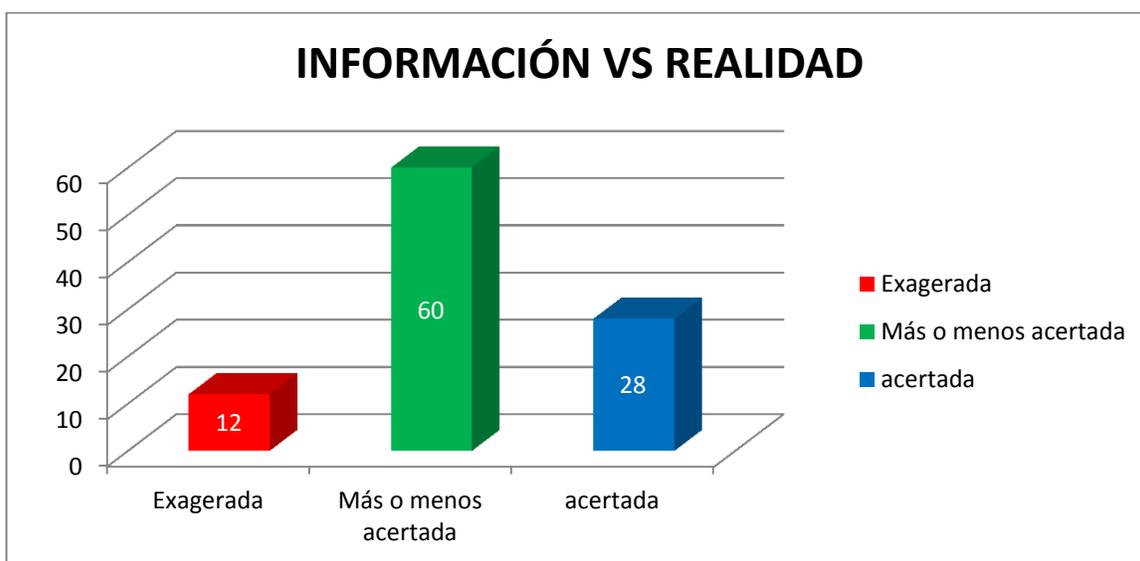
El cuestionario sobre percepciones fue elaborado con la intención de contrastar aquellos elementos que generan la expectativa en el turista, la información y la experiencia misma, a través de este cuestionario fue posible identificar las fuentes secundarias e incidentales de expectativas y la forma en que condicionan o influyen positiva o negativamente en la evaluación final que hace el turista, de su experiencia.

5.2.1. Información vs Realidad

Pregunta 1 Considera que la información turística que obtuvo sobre la ciudad de La Paz, antes de realizar su viaje fue:

(GRÁFICO 8)

NOMBRE: INFORMACIÓN VS REALIDAD



(Cuestionario percepciones)

Este dato refleja la existencia de expectativas moderadas en función a las fuentes de información que consultaron los turistas antes de su viaje, a través de este dato es posible afirmar que entre más objetiva sea la información, más positiva será la experiencia del turista, pues conoce con anticipación los aspectos más importantes de un destino turístico,

aunque sea de forma aproximada, el 60% de los encuestados consideró que la información referente a la ciudad de La Paz, tiene niveles aceptables de veracidad, un pequeño porcentaje consideró la información preliminar como exagerada.

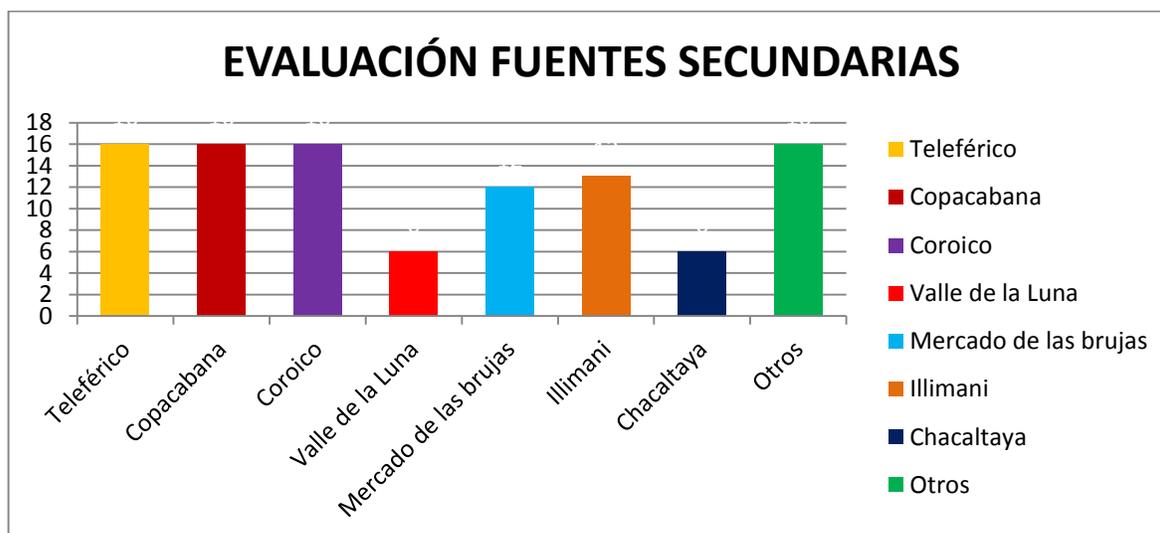
La importancia de este dato radica en la cualificación de la información que el turista recibe, adicionalmente si se toma en consideración que las fuentes que fueron más consultadas, son testimoniales, es evidente que las experiencias de los turistas que las vertieron fueron relativamente positivas, a pesar de la existencia de diversos factores, fue posible construir una respuesta favorable. Sin duda el hecho de que la información concerniente a la ciudad de La Paz, haya sido mas o menos acertada, favorece a una evaluación final positiva del turista, pues el destino turístico no ofreció aquello que no tiene y por consiguiente la posibilidad de una decepción se reduce conforme se desarrolla la experiencia.

5.2.2. Contrastación de las Fuentes secundarias de expectativa

Pregunta 2 ¿Qué atractivos turísticos de la ciudad de La Paz le gustaron más?

(GRÁFICO 9)

NOMBRE: EVALUACIÓN FUENTES SECUNDARIAS



(Cuestionario percepciones)

El cuestionario de expectativas nos mostró aquellos atractivos turísticos que constituyen fuentes secundarias de expectativa, estos atractivos enriquecen el concepto de la ciudad maravillosa que como mencionamos, es una fuente de expectativa principal y motivación por si misma.

Las fuentes secundarias, también se encuentran bien documentadas y los turistas saben de su existencia de antemano, por lo que sentirán algunas expectativas con respecto a ellas, suelen fortalecer la idea de visitar un destino turístico, algo así como un plus del destino turístico, los datos reflejan valoraciones positivas respecto a los atractivos turísticos que generaron niveles moderados de expectativa, esta pregunta mide las percepciones que generan las fuentes de expectativa secundarias y cómo estas repercuten en la percepción global del destino turístico, si consideramos que prácticamente los mismos elementos que fueron apreciados por el turista después de su experiencia y los contrastamos con aquellos que fueron identificados como fuentes de expectativa en el cuestionario respectivo, encontramos una relación directa y favorable.

5.2.3. Identificación de elementos incidentales adversos

Pregunta 3: ¿Qué aspectos de la ciudad de La Paz le gustaron menos?

(GRÁFICO 10)

NOMBRE: ELEMENTOS INCIDENTALES ADVERSOS



(Cuestionario percepciones)

La experiencia del turista es afectada por factores incidentales, aspectos sobre los que no se tiene información o se tiene poca información y que por lo general son casuales ya que no suelen estar dentro de las previsiones del turista, estos elementos incidentales adversos no generan expectativas sino que directamente afectan la experiencia del turista de forma negativa.

Los datos obtenidos en nuestra investigación, reflejan que 42% de los encuestados consideran que el transporte es el elemento más negativo en su experiencia, seguido de el exceso de basura en las calles con un 16% de recurrencia, otros factores como la limpieza de las calles, los servicios hoteleros también obtuvieron calificaciones negativas con un 12 % respectivamente.

5.2.4. Identificación de elementos incidentales favorables

Pregunta 5: ¿Qué otros aspectos de la Ciudad de La Paz disfrutó?

(GRÁFICO 11)

NOMBRE: EXPECTATIVAS VS REALIDAD 2



(Cuestionario percepciones)

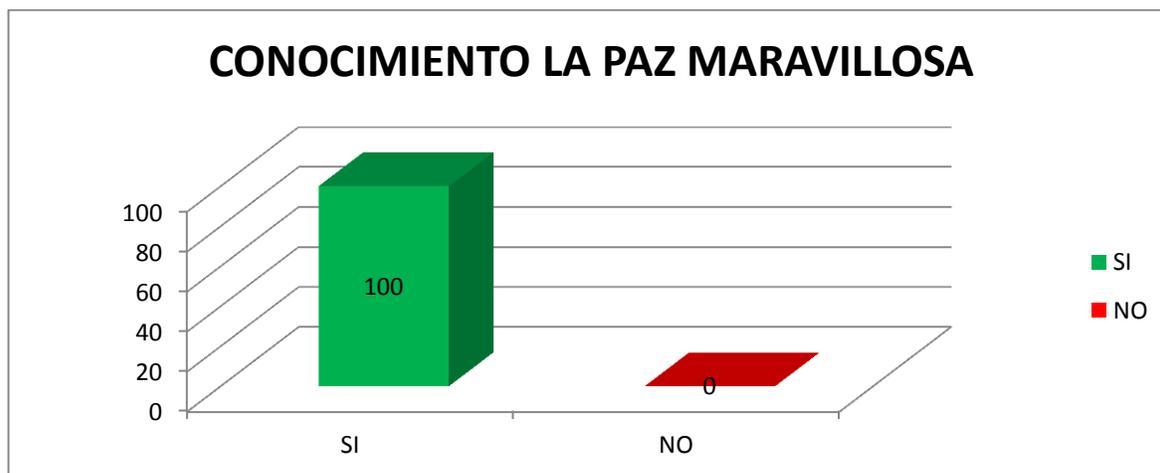
Los elementos incidentales favorables son producto en su gran mayoría, de la sorpresa y de las bajas expectativas, ocurre lo contrario en relación a las fuentes de expectativa principales, pues sobre estos elementos existe poca información o bien en su momento no generaron grandes expectativas en el turista, el hecho de que la experiencia haya sido descrita como favorable, responde justamente a la naturaleza de las expectativas.

Los elementos incidentales favorables, suelen tener características un poco distintas a las fuentes principales o secundarias de expectativa, pues tienen cargas emocionales y subjetivas más marcadas o evidentes, es decir que dependen directamente de la personalidad o el carácter del turista, muchos pueden apreciar la gastronomía paceña como otros no, muchos pueden apreciar el paisaje urbano y otros pueden considerarlo desorganizado y poco atractivo, como se dijo, depende mucho de caracteres aleatorios, el hecho de que ninguno de los elementos incidentales favorables que fueron identificados por los turistas, haya superado ampliamente en preferencia a los otros, demuestra esta afirmación.

5.2.5. La Paz Ciudad Maravillosa

Pregunta 5: ¿Considera que la ciudad de La Paz merece el título de Ciudad Maravillosa del Mundo?

(GRÁFICO 12) NOMBRE: CONOCIMIENTO LA PAZ MARAVILLOSA



(Cuestionario percepciones)

Antes señalamos que el nombramiento de la ciudad de La Paz, como ciudad maravillosa del mundo, constituye una motivación para el turista a la hora de decantarse por un determinado destino turístico, por consiguiente los niveles de expectativa suelen ser moderados por lo que la posibilidad de una evaluación adversa es muy baja, más si tomamos en cuenta la presencia de elementos incidentales y secundarios que repercuten de manera positiva en la experiencia del turista.

Esta pregunta resulta clave para determinar si las expectativas que el turista construyó sobre la ciudad de La Paz, como ciudad maravillosa del mundo, han sido medianamente cumplidas, como observamos de los datos recogidos, el 100% de los encuestados considera que la ciudad de La Paz, merece el nombramiento que obtuvo el año 2014, sin duda debemos considerar y reiterar que el concepto de ciudad maravillosa, es una construcción producto de todos esos factores diversos que afectan la experiencia del turista, criterio que coincide con la conceptualización de las fuentes de expectativa principales que desarrollamos en la presente investigación, en todo caso, a pesar de la existencia de factores negativos, la veracidad y objetividad de la información contrastada con la realidad, favorece justamente las evaluaciones positivas ya que reduce el riesgo de decepciones.

5.2.6. Percepciones Finales del Turista.

Todo el desarrollo de nuestra investigación nos lleva a este punto, las percepciones finales de los turistas sobre la ciudad de La Paz, como ciudad Maravillosa del Mundo, antes de entrar a revisar este dato, que es crucial en la demostración de nuestra hipótesis, es preciso considerar y reconsiderar algunos aspectos que estudiamos a través del presente proyecto.

En primer lugar debemos reiterar porqué a los efectos de nuestra investigación “La Paz, Ciudad Maravillosa del Mundo”, fue clasificada como fuente de expectativa principal, en la conceptualización efectuada en el capítulo III, señalamos que las fuentes principales,

suelen generar expectativas de reducido espectro debido a que sobre las mismas existe gran cantidad de información, es la motivación misma del turista, traducida en decisión, éste es el elemento fundamental y determinante en la elección del turista,

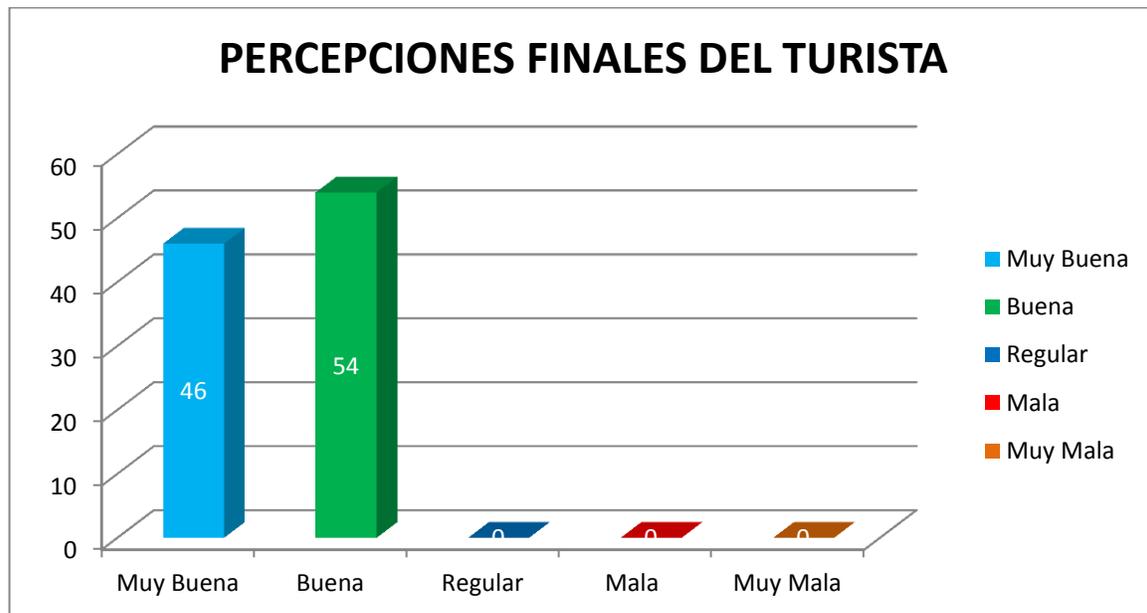
Un segundo elemento importante que considerar, es la información, su procedencia y calidad, si tomamos en cuenta que la ciudad de La Paz, obtuvo su nombramiento el año 2014, es natural que al respecto exista una gran cantidad de información, especialmente en el internet, fuente de información que los encuestados señalaron como su favorita, la información genera expectativas, y esas expectativas dependen directamente del contenido de la información, entre más objetiva sea, las expectativas serán más moderadas y posibilitan que la experiencia del turista sea equitativa a las expectativas o bien las sobrepase.

Finalmente debemos considerar las fuentes secundarias de expectativa y los elementos incidentales, ambos también repercuten en la evaluación que realiza el turista de su experiencia, por su naturaleza estos elementos generan expectativas reducidas, son importantes pero no orientan la decisión del turista, donde radica su importancia, es en la toma de contacto, en la experiencia del turista, pues existe la posibilidad de que estos elementos favorezcan las sensaciones y por consiguiente coadyuven a la concreción de una evaluación favorable.

A continuación revisamos los resultados finales de la pregunta N° 6 de nuestro cuestionario de expectativas, “¿Cómo calificaría su experiencia turística en la Ciudad de La Paz?”

(GRÁFICO 13)

NOMBRE: PERCEPCIONES FINALES DEL TURISTA



(Cuestionario expectativas)

Capítulo VI

CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. EXPLICACIÓN DEL LOGRO DE OBJETIVOS

Conforme hemos observado a través de nuestro instrumento de recolección de datos, el proceso complejo de la expectativa realidad se encuentra influenciado por una serie de factores muy diversos, no es distinto al refererinos a los procesos por los que atraviesan los turistas cuando visitan un determinado destino turístico, los datos que conseguimos a través de la investigación efectuada, demostraron efectivamente que este vínculo entre la información, la expectativa y factores incidentales, marcan la experiencia del turista y condicionan lo positivo o negativo de su experiencia.

Es preciso rescatar que al principio de nuestra investigación, nos propusimos una serie de objetivos específicos, cuyo cumplimiento resultaba necesario a los fines de demostrar nuestra hipótesis de investigación, consideramos que con los datos obtenidos a través de los instrumentos aplicados a nuestro universo, hemos cumplido satisfactoriamente con estos objetivos:

- Identificamos los atractivos turísticos (fuentes secundarias de expectativas) que mayores expectativas generaron en los turistas, el Teleférico, la Ciudad de Copacabana y El Lago Titicaca, Coroico, los nevados Illimani y Chacaltaya, el mercado de las brujas y el valle de la luna así como el centro histórico de la ciudad de La Paz, fueron identificados por los propios turistas, como atractivos que desean visitar y que de alguna forma influyen en su decisión de conocer la ciudad de La Paz.
- Logramos identificar qué elementos incidentales favorables y desfavorables incidieron en la evaluación global que el turista realizó de su experiencia en la ciudad de La Paz.
- Pudimos determinar que la mayor y mejor información que actualmente existe de la ciudad de La Paz, como ciudad maravillosa del mundo, proviene de dos

fuentes, el internet y los testimonios de amigos y familiares, la objetividad de la información que se produce en estas fuentes, sin duda fue determinante para que la experiencia del turista fuera positiva.

- Se identificó también los elementos incidentales negativos o adversos, así el transporte, la calidad de los servicios hoteleros, la deficiente limpieza de las calles, los bloqueos y conflictos sociales y en menor medida la gastronomía, se llevaron malas impresiones de los turistas extranjeros.

6.2. COMPROBACIÓN DE HIPOTESIS

De acuerdo a nuestra hipótesis de trabajo, las percepciones de los turistas que visitan la ciudad de La Paz, como ciudad Maravillosa del Mundo, superan positivamente las expectativas que se fueron generando inicialmente, hecho que a través de nuestra investigación pudimos comprobar, si retornamos a la concepción de las fuentes secundarias e incidentales, estas usualmente no son grandes generadoras de expectativas, sin embargo aportan de manera positiva a la experiencia del turista, vale decir que el turista tiene un preconcepto de la ciudad de La Paz, y son justamente estas fuentes secundarias e incidentales, las que por sorpresa si quiere usarse el término, influyeron favorablemente en las percepciones.

Cuando nos referimos a la evaluación de la experiencia turística, es necesario considerar que el peligro más grande que existe a la hora de promocionar un determinado destino turístico, es sobredimensionar sus bondades, o características, pues la reacción necesaria ante la generación excesiva de expectativas, es la decepción, que se traduce en una opinión negativa del destino turístico, por lo mismo es que a los efectos de nuestra investigación hicimos énfasis en la información percibida por el turista antes de visitar la ciudad de La Paz, la cualidad y cantidad de información, así como la fuente que la emite, es vital en el estudio de la generación de expectativas, si consideramos la relación expectativa realidad, no es posible esperar un análisis positivo cuando la información es

exagerada o poco coherente con la realidad, hecho que resta importancia a las fuentes de información oficiales o a aquellas que pretenden promocionar el destino turístico.

A través de nuestra investigación comprobamos que los turistas al momento de buscar información referente a un destino turístico, prefirieron en su mayoría las fuentes que emiten criterios neutrales y objetivos, principalmente familiares y amigos que ya estuvieron en contacto con el destino turístico, generándose casi un ciclo repetitivo en el que el turista percibe información objetiva y la traduce en expectativas moderadas, para que luego al entrar en contacto con el destino turístico, convierta su percepción en fuente de información.

6.3. LIMITACIONES DE LA TESIS DE GRADO

A lo largo de nuestra investigación nos referimos a la peligrosa relación que existe entre la información exagerada cuando se contrasta con la realidad, conforme obtenemos de los resultados de nuestra investigación, las fuentes de información preferidas por los turistas han sido el internet y las experiencias pasadas de familiares o amigos, resultado que no genera tanta extrañeza si consideramos que la mejor y más objetiva información relacionada a un destino turístico, se la obtiene a través de los foros de viajeros, quienes a partir de sus experiencias recomiendan qué servicios utilizar, qué servicios evitar, las mejores rutas para llegar a un lugar, los mejores precios, inclusive aquellos aspectos muy poco promocionados de los destinos turísticos, pero que enriquecen ampliamente la experiencia, el segundo factor es sin duda el testimonio de amigos y familiares, quienes de la misma forma, aportan una visión objetiva de la realidad, situación que directamente favorece a la generación de expectativas moderadas, pues el turista con esta información preliminar, sabra aproximadamente que esperar de un destino turístico, ahora bien, a pesar de que estas fuentes suelen ser objetivas, debido a su informalidad no contienen datos fidedignos o muy acertados respecto de un destino turístico, pues son sólo experiencias traducidas en testimonios, es en este punto donde las fuentes de expectativa

incidentales y secundarias, de las que no se tiene muchos datos, adquieren mayor importancia a la hora de condicionar lo positivo o negativo de la experiencia del turista.

De la revisión de los datos que obtuvimos sobre las fuentes secundarias e incidentales, esta afirmación se hace acertada, pues aquellos atractivos que por así decirlo “no están en la ruta” planificada, tuvieron positiva influencia en la experiencia del turista, así aspectos como la gastronomía, la vida nocturna, el intercambio cultural, el clima, las vistas, los atardeceres en la ciudad, la música, y otros elementos que no se pueden garantizar, fueron muy mencionados por los turistas a la hora de evaluar su experiencia.

6.4. RECOMENDACIONES

Al considerar la características de las diferentes fuentes de información existentes, nos resultó bastante conveniente la clasificación efectuada en el capítulo III de este trabajo, la ciudad de La Paz como un concepto global a partir de su nombramiento como ciudad Maravillosa del Mundo, constituiría pues a los efectos de nuestra investigación, una fuente de expectativa principal, fuentes que como explicamos previamente, no son la que usualmente generan mayores expectativas, pues existe una gran cantidad de información al respecto, hecho que se corroboró al enterarnos de que más del 90% de los turistas que nos visitaron, sabían que la ciudad de La Paz fue electa como ciudad Maravillosa y que otro gran porcentaje, decidió visitarla a partir de dicho nombramiento, por consiguiente sólo la experiencia, la contrastación y la existencia de factores incidentales, podrían garantizar la superación de las expectativas del turista, hecho del que se encargan las fuentes secundarias e incidentales, que aportan un plus a la experiencia del turista pues usualmente superan las expectativas generadas.

Los datos obtenidos a través de nuestro instrumento de investigación, demuestran que la ciudad de La Paz, como ciudad maravillosa del mundo, genera grandes expectativas en los turistas que la visitan, al respecto hay que señalar que si bien las expectativas son formadas a partir de diferentes fuentes de información, existiendo elementos que generan

mayores o menores expectativas (fuentes), la percepción final del turista, traducida en la evaluación íntegra de su experiencia en la ciudad de La Paz, no practica la clasificación teórica que realizamos a los fines de nuestro estudio, sino que es una respuesta global a todos los estímulos que el turista percibió en la ciudad de La Paz, de esta manera, los elementos secundarios e incidentales jugaron a favor de la experiencia de la mayoría de los turistas que encuestamos, aún y cuando existieron algunos aspectos que a pesar de ser negativos, no lograron opacar la experiencia final que en su mayoría fue calificada como buena y muy buena.

Es importante recalcar que a la hora de efectuar la medición entre la expectativa y la experiencia, se establecieron determinados parámetros en nuestro instrumento de investigación, así, si consideramos los datos obtenidos a través de la pregunta seis del cuestionario de expectativas, y lo contrastamos con los datos obtenidos a través de la pregunta seis del cuestionario de percepciones, veremos como la información favoreció positivamente a las percepciones finales del turista, es importante recalcar que a pesar de que las percepciones finales suelen ser una evaluación global, no es posible restarle importancia a los otros factores que incidieron en esa evaluación.

6.4.1. La Información condiciona los niveles de expectativa y por consiguiente la orientación favorable o desfavorable de la experiencia.

La información netural y objetiva favorece la generación de expectativas moderadas, favoreciendo la posibilidad de que la experiencia equipare o supere las expectativas.

De acuerdo a los datos que colectamos en nuestra investigación, las fuentes de información que más y mejor información brindan, son el internet y los testimonios y experiencias de amigos y familiares, la experiencia y el contacto favorece la generación de una concepto objetivo respecto a un destino turístico, esta experiencia se transforma en testimonio y en fuente de información.

6.4.2. Los elementos incidentales tienden a favorecer la experiencia del turista.

Los elementos incidentales pueden ser tanto adversos como favorables, dependiendo mucho de la persona que los experimenta, por lo general son pequeñas experiencias que suelen favorecer la generación de un concepto positivo o bien a generar un concepto negativo, de los datos que analizamos en nuestra investigación, se concluye que si bien existen una serie de aspectos negativos en la ciudad de La Paz, ninguno de estos fue determinante, los turistas no hicieron mención o referencia a haber sido decepcionados por alguno de los atractivos turísticos que visitaron, sino que únicamente elementos que escapan de la planificación ocasionaron cierto desagrado, a pesar de ello, la concurrencia de elementos incidentales favorables, determinó que en general las experiencias de los turistas encuestados hayan sido positivas.

Lista de referencias

1. Anderson, J. R.; Bower, G. H. (1973). *Human Associative Memory* (en inglés). Trad. cast. Memoria Asociativa. (1977). México: Limusa. Winston & Sons.
2. «Censo de población y vivienda (2012). Población por departamentos, provincias, secciones municipales Y localidades». Instituto Nacional de Estadística.
3. Cosacov, Eduardo. Diccionario de Términos Técnicos de Psicología, Tercera Edición, Cordoba
4. Criales, Victor Hugo, Tesis de grado: Telefercio entre la Ciudad de La Paz y El Alto, Facultad de Ingenieria UMSA, La Paz, 1979
5. «El Turismo seguirá tirando de la economía y el empleo» (2017) *elmundo.com*, consultado el 20 de febrero de 2017.
6. Globalization and World Cities. «The World According to GaWC 2012».
7. Jennifer Blanke and Thea Chiesa, Editors (2011). «Travel & Tourism Competitiveness Report 2011» (en inglés). World Economic Forum, Geneva, Switzerland. Consultado el 14 de marzo de 2016.
8. «La Paz pierde población y El Alto la supera; Santa Cruz crece más»
9. la-razon.com. La Razón. 7 de agosto de 2013. Consultado el 15 de agosto de 2016.
10. La Paz, Ciudad Maravilla del Mundo (2014) El Sol de Pando.*soldepando.com*, Consultado el 16 de enero de 2017
11. La Paz es una de las siete ciudades maravillosas del mundo (2014) *ejutv.com* consultado el 15 de enero de 2017
12. Larousse. «Percepción». *Diccionarios.com*. Consultado el 20 de septiembre de 2016
13. Pomerantz, James R. (2003). «Perception: Overview». En Lynn Nadel. *Encyclopedia of Cognitive Science* 3. Londres: Nature Publishing. pp. 527-537
14. Saro Moncloa, Ana. «Expectativa Vs. Realidad». *Blisspsicología.com*. Consultado el 12 de junio de 2017
15. Soler Sarrió, Alberto (2016) Las Expectativas y el efecto Pigmalión, consultado el 15 de febrero de 2017- United Nations.«UNData. Country profiles» . Consultado el 9 de agosto de 2016

Bibliografía

1. CNN En Español (10 de febrero de 2015). «10 de las experiencias más asombrosas en teleférico del mundo». cnnespanol.com
2. Diccionario enciclopédico estudiantil Océano, Barcelona 1998
3. El Mercado de las brujas, (2016) www.elrincondesele.com/el-mercado-de-las-brujas-en-la-paz-bolivia/
4. Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, ed. (15 de marzo de 2005)
5. «Gobierno ratifica segunda fase de Mi Teleférico tras entrega de las líneas Amarilla y Verde»
6. <https://www.youtube.com/watch?v=org9kPManWE>
7. <http://world.new7wonders.com/new7wonders-cities/new7wonders-cities-faq/>
8. <http://world.new7wonders.com/about-n7w/the-new7wonders-foundation-campaign/new7wonders-milestones/>
9. <http://world.new7wonders.com/new7wonders-cities/new7wonders-cities/>
10. <http://world.new7wonders.com/new7wonders-cities/panel-experts/>
11. <https://www.new7wonders.com/en/citie>
12. http://www.erbol.com.bo/noticia/economia/01122014/la_paz_es_la_mas_visitada_por_los_turistas_extranjeros
13. http://www.la-razon.com/index.php?url=/ciudades/Flujo-turistico-Paz-lograr-maravilla_0_2395560429.html
14. <http://www.lboro.ac.uk/gawc> (en inglés). Consultado el 16 de agosto de 2016.
15. <http://www.la-razon.com/ciudades/Morales-inaugura-Verde-Teleferico>
16. «Las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina (2012)». América Economía. Consultado el 18 de diciembre de 2014.
17. Ledhesma, Miguel (2016) Periodismo turístico, muchos principios y algunos finales.
18. Matlin, M. y Foley, h. (1996) sensaciones y perspeccion Mexico: prenitice – Hall
19. Manso Coronado, Francisco Javier (2003). Diccionario enciclopédico de estrategia empresarial
20. Marinus C. Gisolf (2010) Las Expectativas, www.tourismtheories.org

21. Merleau-Ponty, M. (1985). Fenomenología de la percepción. Barcelona: Planeta-Agostini.
22. Organización Mundial de Turismo (2006) Datos – Tourism Market, Trends, Anexo
23. Programa De Las Naciones Unidas para el Desarrollo, La Paz, Bolivia (marzo de 2014).Índice de Desarrollo Humano en los Municipios de Bolivia. p.17.
24. Sánchez Cuevas, G. (2014) Realidad Vs Expectativas, Psicología.
25. Saskia,(1991) La ciudad Global:New york, Londres, Universidad de Pricenton
26. www.cities.new7wonders.com/
27. www.la-razon.com/ciudades/Paz-Ciudades-Maravilla Mundo_0_2175982387.html
28. www.la-razon.com/index.php?_url=/ciudades/Linea-Roja-Teleferico-Paz-El-Alto_0_2061393916.html
29. www.la-razon.com/ciudades/Inicia-Amarilla-Teleferico-Morales-Paz_0_2126187416.html
30. www.ub.edu/psicologia_ambiental/uni2/2210.htm