

TUR-47

Universidad Mayor de San Andrés

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Carrera de Turismo



**EL TURISMO EN LA ECONOMÍA LOCAL
DE HUATAJATA:**

**EFFECTOS DE LA DEMANDA GASTRONÓMICA
Y DE LA TRANSPORTACIÓN DE LANCHAS EN
HUATAJATA**

(APORTES PARA ESTUDIOS TURÍSTICOS EN ÁREAS RURALES)



Tesis para optar la Licenciatura en Turismo

Postulante:

Téc. Sup. Fredy Wily Yapu Gutiérrez

Docente Tutor:

Lic. José Hidalgo Q.

La Paz – Bolivia

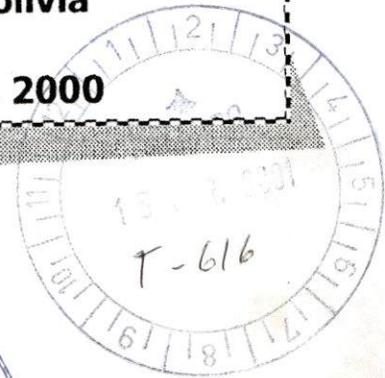
Noviembre, 2000

*Aprobado en
definitiva*

18 Dic 2000
Lic. Digna De Reyna
COORDINADORA CARRERA DE TURISMO
U.M.S.A.

[Handwritten signature]

Lic. R. ANZO O.
UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
Fac. de Humanidades y Ciencias de la Educación
BIBLIOTECA ESPECIALIZADA

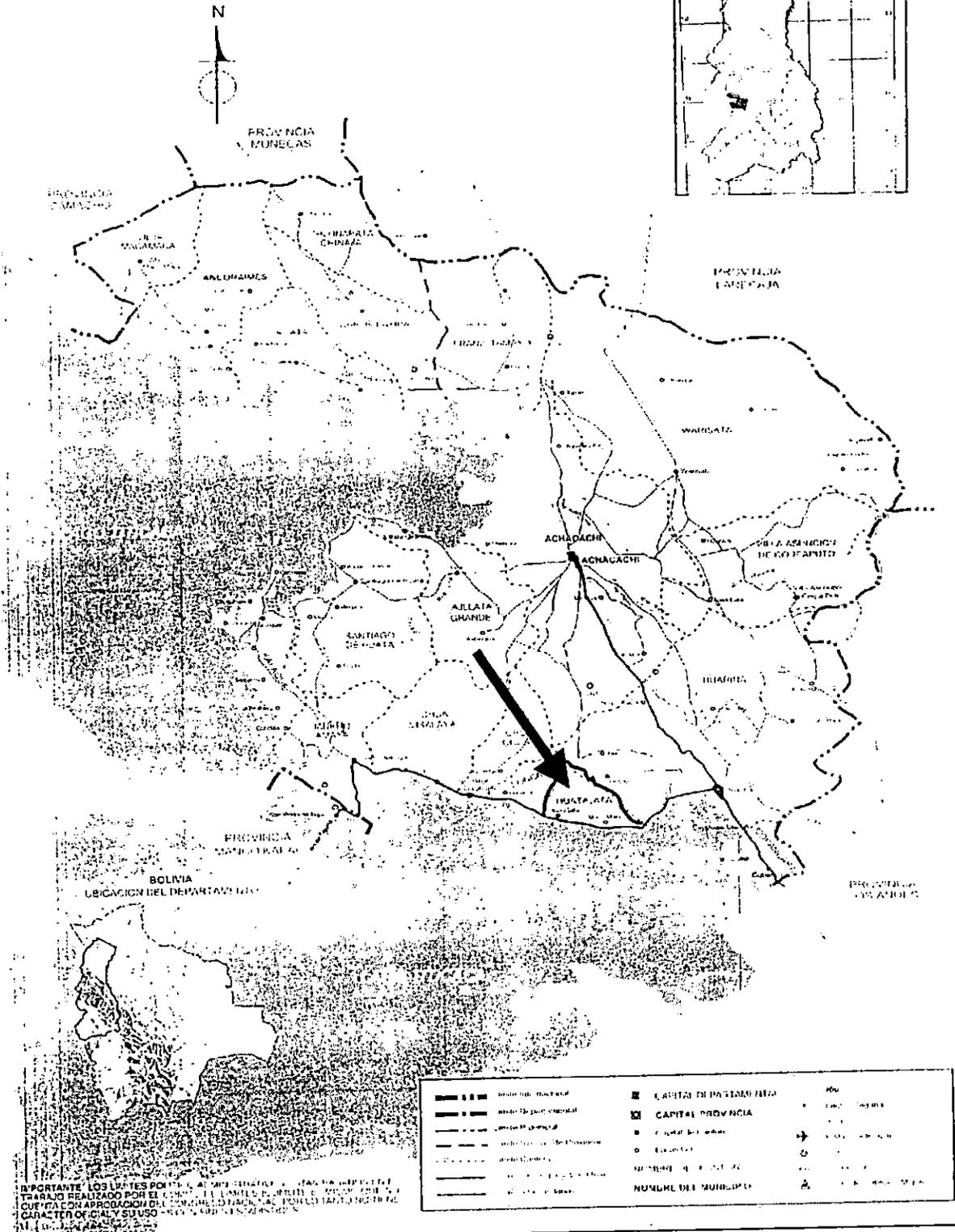
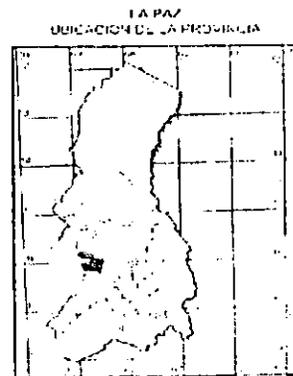


K. 84220

HUMT-018

[Handwritten signature]
Alfonso Torre

LOCALIZACIÓN DEL CANTÓN HUATAJATA Provincia Omasuyos



Fuente : en base al Atlas Estadístico de Municipios de Bolivia, INE, 1999

CONTENIDO

Dedicatoria	13
Agradecimiento	14
Introducción	15
Capítulo I	20
PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	
1. Planteamiento del Problema	22
1.1. Contextualización	22
1.2. Formulación del Problema	25
2. Objetivos.....	26
3. Delimitación.....	28
4. Hipótesis	30
5. Metodología	32
Capítulo II	41
MARCO TEÓRICO: ANTECEDENTES, MODELO TEÓRICO Y DEFINICIONES CONCEPTUALES	
1. Antecedentes	42
1.1. Importancia del movimiento turístico internacional	42 /
a) Flujo de llegadas, ingreso de divisas y destinos	42
b) Importancia del Turismo Interno	44 /
1.2. Contexto nacional y departamental del turismo	45 ✓
a) Estado de situación del turismo en Bolivia	45
b) Estado de situación del turismo en el Departamento de La Paz	48
1.3. Contexto socioeconómico nacional	51
a) Breve análisis de la situación económica y social	51
b) Crisis coyuntural	54
c) La situación de la pobreza en el área rural objeto de estudio	55
1.4. Producto Interno Bruto (PIB) y Población Económicamente Activa (PEA)	

en el contexto regional, provincial y local	57
a) PIB La Paz por actividad económica	57
b) Población de la Provincia y PEA del Municipio	58
c) PEA de Huatajata	58
1.5. Análisis de la Reforma Estructural, Participación Popular y Descentralización	61
a) Breve mirada hacia atrás	61
b) Participación Popular y Descentralización	62
1.6. Alcaldía de Achacachi: Ingresos, Gastos, Inversión Pública	65
2. Enfoque del modelo económico y teórico	70
2.1. El funcionamiento del turismo en el mercado	70
2.2. La globalización y mercado	71
2.3. La competitividad económica	74
2.4. La economía campesina	76
2.5. La paradoja entre "solidaridad" e "individualidad"	78
3. Definiciones conceptuales	81
3.1. El desarrollo local y el turismo familiar	81
3.2. El turismo rural	83
3.3. Economía turística	85
3.4. La demanda de bienes y servicios turísticos	86
3.5. La oferta turística de bienes y servicios	87
3.6. Beneficios y costos económicos a nivel local	34
Capítulo III	
DESARROLLO DE LA TESIS: PROCEDIMIENTOS Y RESULTADOS	91
1. El gasto de la demanda turística en Huatajata	93
1.1. Enfoque metodológico	93
1.2. Concepto de turismo	94
1.3. Flujo de visitantes, gasto promedio, estadía media y gasto turístico	96
1.4. Distribución del gasto	98
1.5. Efecto multiplicador del gasto en la economía nacional	99
2. Efectos de la demanda gastronómica en la economía local	100

✓ 2.1. Análisis de los restaurantes de tipo familiar	102
✓ a) Origen de los insumos de los establecimientos gastronómicos.....	102
✓ b) Principales requerimientos de insumos agropecuarios y otros	104
✓ c) Costo de insumos agrícolas adquiridos	105
d) Ingresos por ventas de principales ofertas a precio del consumidor	106
✓ e) Distribución porcentual de la demanda importada e interna	108
f) Producción importada e interna en moneda nacional	109
g) Filtración hacia el exterior del valor añadido bruto como consecuencia de las importaciones	111
✓ h) Efectos de los ingresos gastronómicos en la economía	112
✓ i) Caracterización del negocio	116
✓ 2.2. Efectos de los restaurantes de grandes empresas: Crillón y Yach Club Boliviano	119
✓ a) Insumos requeridos y costos de adquisición	120
✓ b) Ingresos por ventas de principales ofertas	121
✓ c) Origen importado de los insumos	123
✓ d) Ingresos por ventas y valor agregado	123
e) Demanda de comensales	124
f) Gestión de las empresas	124
✓ 2.3. Sectores total y parcialmente impactados	124
3. Efecto de la demanda de transportación de lanchas de turismo	126
3.1. Enfoque metodológico	126
3.2. La producción turística de las lanchas	128
3.3. Demanda o flujo de visitantes transportados	128
3.4. Ingresos brutos de la prestación de servicios	129
3.5. Beneficios	131
✓ 4. El empleo afectado por la actividad turística en Huatajata	133
✓ 4.1. Empleo directo por sectores turísticos	133
✓ 4.2. Empleo indirecto	135
✓ 4.3. Empleo turístico	136
✓ 5. Importancia turística de Huatajata	137
✓ 5.1. Factores de atracción turística	137

a) Fuerte influencia del valor paisaje y contacto de la naturaleza	137
b) Entorno cultural diverso y particular	138
c) Degustación de las comidas junto al lago	139
d) Otros recursos ligados a la práctica de determinadas actividades	139
5.2. Factores facilitadores y/o servicios turísticos	140
a) Hospedaje	140
b) Restauración	141
c) Empresas operadoras de turismo.....	143
d) Actividades turísticas.....	144
e) Puertos turísticos.....	145
5.3. Factores básicos y de infraestructura.....	145
a) La carretera y sus vinculaciones.....	145
b) Transporte local.....	146
c) Educación y salud.....	147
d) Otros equipamientos complementarios.....	148
5.4. Perfil de la demanda de Huatajata.....	149
a) Perfil del visitante.....	149
b) Aspectos satisfactorios e insatisfactorios.....	151
 Capítulo IV	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	153
1. Conclusiones centrales.....	155
2. Conclusiones complementarias.....	164
3. Recomendaciones.....	168
 Bibliografía.....	170
 Anexos.....	178
 Anexo 1: Guía de entrevista con visitantes de Huatajata – Guía de encuesta aplicado por Gerc-Inartur	179
Anexo 2: Guía de entrevista de establecimientos gastronómicos independientes en Huatajata sobre insumos agrícolas	182
Anexo 3: Cuestionario de estimación del gasto turístico de los visitantes de Huatajata	185

Anexo 4: Cuadro o matriz de producción de servicios de los lancheros de Huatajata 186

Anexo 5: Cuadro de cuantificación de delegaciones y grupos de picnic que visitan Huatajata 187

Anexo 6: Términos Técnicos utilizados en la Tesis 188

Dedicatoria

A mis padres, hermanos(as),
a mi esposa e hijos: Freddy Diego y Fernando Inti

Agradecimientos

A mi tutor de tesis Lic. José Hidalgo Q. por sus orientaciones y paciencia en el proceso de investigación.

Al Lic. Rodolfo Anze y Lic. Alejandro Tovar por sus observaciones y comentarios pertinentes en la revisión del primer informe, que contribuyeron a una mejor presentación final.

Al Director de la Carrera, Lic. Dynna De Ugarte; al Lic. Victor Hugo Ricaldi (docente de metodología) por sus recomendaciones oportunas; así mismo, al Lic. Germán Velasquez, quien hizo la lectura y los comentarios al perfil de tesis. Al Lic. Gabriel Zaconeta, por sus comentarios al proceso de investigación. Finalmente, a los compañeros universitarios: Ademar Goyzueta, Trifón Ramos, Remberto Loza e Ivan Cahuaya que colaboraron en las distintas entrevistas de campo.

Especial agradecimiento a los propietarios de restaurantes familiares y administradores de las empresas grandes de Huatajata, así como a los lancheros por facilitar la información que sirvió de base para la investigación.

INTRODUCCIÓN

Introducción

"Si las actividades productivas como son la agricultura y la industria transformadora han recibido un tratamiento pormenorizado dentro de la teoría económica y la economía aplicada como ramas de la ciencia económica, también es de razón otorgar ese nivel académico al estudio del turismo como actividad creadora de riqueza, objetivo último del análisis teórico en este campo científico". Andrés Pedreño Muñoz (Catedrático en la Universidad de Alicante)

El desconocimiento de la relación turismo y economía campesina, es la razón que impulsó el estudio de los efectos económicos de dos de las más importantes actividades que tiene el turismo de Huatajata: la producción gastronómica y la transportación de lanchas. La investigación y sus conclusiones pretenden, concienciar a los actores locales, como a las instituciones encargadas del fomento al turismo en las áreas rurales (Municipios, Prefecturas, ONGs, Cooperación Internacional, otros), para un mayor apoyo al turismo interno y receptivo.

Bolivia se debate en una crisis: la sociedad civil, los partidos políticos, los dirigentes campesinos e indígenas, los gobiernos municipales, la iglesia y el gobierno mismo en los últimos meses han estado debatiendo cómo salir de la crisis, más propiamente cómo eliminar la pobreza. Se han encontrado algunas salidas al manejo, distribución y control de los recursos del HIPC II y se observa claramente que uno de los problemas por ejemplo es la falta de productividad en las áreas rurales donde se concentra la pobreza. Si no existe productividad, no existe trabajo en el campo que genere recursos para las familias.

Todos los sectores económicos estudian las formas de reactivar la economía rural y, en ese escenario, el turismo no deja de ser un referente como opción para ayudar en la reducción de la pobreza, es decir para mejorar la calidad de vida (porque el turismo requiere de agua, energía, caminos, servicios, actividades, equipamientos e infraestructura que conduzcan a tener mayor autoestima y mejor nivel de vida). El turismo rural sea agroturismo, etnoecoturismo, ecoturismo, turístico gastronómico, turismo cultural u otra

forma especializada o bien el turismo de interés general (THR; 2000) puede contribuir a generar riqueza.

En el cantón Huatajata (perteneciente a la Primera Sección Municipal de Achacachi, de la Provincia Omasuyos, Departamento de La Paz) se sabe que el turismo contribuye a la generación de riqueza, pero, se desconoce su cuantificación, es decir, ¿a cuánto asciende los ingresos brutos generados por turismo?, ¿qué cantidad de recursos inyecta a la economía boliviana?, si la economía interna se beneficia o no, ¿cómo es la dinámica del empleo turístico? y otros. Para conocer estos indicadores, se decidió investigar los efectos de la demanda gastronómica y la transportación de lanchas, centralizando el análisis en la producción gastronómica y la transportación de lanchas, que ayude también a calcular el efecto de sus ingresos en la economía interna y su aporte a la economía en general, y cuantificar además la incidencia del turismo en el empleo.

A partir de este punto de partida, la investigación tomó cuerpo, se definieron las hipótesis y su operacionalización, el enfoque metodológico de tipo descriptivo; basando el análisis en uno de los principios de la teoría de la demanda como es *la demanda de consumo de bienes y servicios*, donde el consumo es la efectivización de la demanda que se traduce en la compra y éste produce impactos económicos importantes". El procedimiento operativo de este principio se aplica usando formulas y multiplicadores económicos recomendados por el Viceministerio de Turismo.

A modo de resumen, a continuación se describe brevemente cada uno de los capítulos que consta este trabajo.

El **Capítulo I** es el Planteamiento de la Investigación donde se describe todo el proceso de investigación desde la contextualización y problema formulado; los objetivos general y específicos de la tesis; la delimitación espacial, temporal y temática; las hipótesis de trabajo con una tabla de operacionalización de variables que permitió el seguimiento y la evaluación de los logros de la investigación; la metodología de investigación que es el apartado donde se

explica los procedimientos globales y el uso de instrumentos de obtención de datos y verificación.

El **Capítulo II** es el fundamento teórico - conceptual del tema de investigación, recoge tres aspectos teóricos: los antecedentes; el modelo teórico, y las definiciones conceptuales. En los antecedentes, se explica la importancia del turismo internacional, su evolución como actividad de servicios y se describe además las tendencias de crecimiento del turismo en los próximos años, sobre la base de las estadísticas de la Organización Mundial de Turismo. Además, se explica la importancia del turismo en nuestro país y el Departamento de La Paz, a partir de los indicadores estadísticos del Viceministerio de Turismo. Se explica también, la situación actual de la pobreza en Bolivia desde dos perspectivas: la económica y la social, haciendo un énfasis en el área de estudio de la presente tesis. Finalmente, se analiza el contexto de la Reforma Estructural, participación popular, descentralización y el beneficio que recibió hasta el presente el cantón Huatajata del Municipio de Achacachi.

En la segunda parte del marco teórico, se analiza el entorno de la globalización, el modelo neoliberal o economía de mercado, la economía campesina, las implicancias de la Reforma Agraria de 1953 y sus consecuencias; destacándose, la incursión del modelo de Mercado con la individualización de la propiedad. Desde entonces, el mercado como referente teórico ha distorsionado la naturaleza de la economía campesina que se sustentaba en la reciprocidad, llevándola hacia la individualización actual.

La tercera parte del marco teórico, está dedicada al enfoque conceptual, y consiste en explicar las distintas definiciones conceptuales sobre desarrollo local, la demanda del turismo familiar que es el segmento de mayor importancia para Huatajata. Por otra parte, se analiza los conceptos de la demanda y oferta de bienes y servicios turísticos, y los beneficios y costos que teóricamente trae el turismo a un destino local de las características de Huatajata.

El **Capítulo III** es el apartado central de este trabajo que explica los procedimientos y resultados de la investigación de campo, de cinco componentes: gasto turístico, producción gastronomía, producción de las lanchas, empleo turístico e importancia turística del "destino" de Huatajata. El primer componente, explica el gasto turístico desde el punto de vista de la demanda. Los resultados más importantes de este componente son el cálculo del gasto medio y la distribución del gasto turístico en los distintos sectores económicos del turismo de Huatajata.

El segundo, explica los efectos económicos, desde el punto de vista, de los establecimientos gastronómicos de tipo de familiar y de las empresas grandes. En estos apartados se destacan, el análisis del origen interno y externo de los insumos agrícolas utilizados por los gastronómicos, a partir del cual, se procedió a una serie de análisis de efectos económicos en términos de producción del sector, ingresos por ventas, y la afectación de esos ingresos a nivel local y su contribución a la economía en general.

El tercer componente, aborda la producción y los efectos de la transportación de lanchas de turismo de Huatajata, para lo cual, se procedió a calcular la producción anual en términos de viajes a las islas y paseos por hora, y a partir de estos datos, se obtuvo los flujos de ingresos y los efectos en la economía.

El cuarto componente, analiza los empleos generados por el turismo de Huatajata, destacándose los empleos permanentes y temporales, que tienen un impacto social de aproximadamente 636 empleos.

Finalmente, el quinto componente, es una sección complementaria y de apoyo, que trata la importancia turística de Huatajata, caracterizando la oferta y la demanda local, es decir planta turística y perfil de la demanda.

La tesis finaliza en su **Capítulo IV** donde se resume las conclusiones finales de la investigación divididas en conclusiones centrales, complementarias y recomendaciones.

CAPÍTULO I

EL PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se realizó en Huatajata (cantón creado el 4 de diciembre de 1968), ubicada a 87 kilómetros de la ciudad de La Paz, en la provincia Omasuyos, Primera Sección Municipal de Achacachi, del Departamento de La Paz,

Las razones que impulsaron este trabajo fueron la ausencia de indicadores turísticos a nivel comunitario, el desconocimiento de los efectos económicos y su peso en la economía rural de esta población.

Desde la siguiente página se explica con mayor detalle los alcances del proceso de investigación (problema, objetivos, delimitación, hipótesis y metodología).

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. CONTEXTUALIZACIÓN

La realidad del área rural de Huatajata, como el resto de los pueblos cercanos a las grandes ciudades y con facilidades de medios de comunicación, viven un nuevo escenario donde *las economías de comunidades están más inyectadas por las reglas del mercado* (Patxi, 1996). La solidaridad y trabajos colectivos ligados principalmente al tema agrícola sufrieron una transformación de fondo, debido a la individualización de la propiedad que fracturó la organización colectiva de los aymaras (Urioste, 1992). La concepción de posesión de tierras colectivas pasa a ser de propiedad y posesión privada, cuyas consecuencias terminan en el minifundio y el *surcofundio*(1) en algunas zonas como el lago Titicaca. La mentalidad y la forma de concebir el desarrollo en el campo hoy se mide en términos de dinero, esta conducta socioeconómica impulsó la migración del campo hacia las ciudades.

El costo de producción del campesino pequeño productor es superior al precio de sus productos en el mercado. La competitividad del mercado es cada vez más peleada donde el pequeño productor campesino no posee capital y no está en condiciones favorables para competir con los empresarios. (Patxi, 1996) Una realidad es la ausencia de tecnificación y créditos que faciliten una producción excedentaria.

Por otra parte, pese a la Reforma Estructural de 1994 que se destacó por la Ley de Participación Popular y la Ley de Descentralización Administrativa, además de otras reformas; la situación económica de las áreas rurales no ha tenido hasta ahora un despegue de crecimiento en términos de mayor empleo e inversiones en la parte productiva, que mejore los ingresos y la situación del campesino. Los resultados más sobresalientes en las áreas rurales hasta ahora son: la mejora

¹ Se denomina *surcofundio* a la propiedad de tierras que una vez divididas o repartidas a los hijos por parte de los padres, como fruto de la herencia, se convierten en propiedad en forma de surcos, que llegan a ser tales por la partición de parcelas que son cada vez más pequeñas en algunas familias campesinas del lago Titikaka.

sustancial de las infraestructuras sociales de los municipios (educativas, salud e infraestructuras urbanas) que ha favorecido más a los centros poblados y a profesionales de todas las áreas que han llegado hasta el último rincón del territorio boliviano.

La población local de Huatajata, ubicada en la orilla del lago Titicaca, tiene 2502 habitantes, según el CNPV-INE, de los cuales el 46,2 % son hombres y el 53.7% son mujeres. De la población total, solo el 28% pertenecen a la población económicamente activa (PEA), con una alarmante improductividad de la población que alcanza casi al 57% como población económicamente inactiva (PEI), donde el 44,2% de la PEI son labores de casa, que en las áreas rurales se combina con tareas agrícolas.

Cuadro No.1
Población Económicamente Activa (PEA) e Inactiva de Huatajata

Población	No.	%
PEA (Población Económicamente Activa)	698	27.89
PEI (Población Económicamente Inactiva)	1423	56.87
Menores de 7 años	381	15.22
Total	2502	100

Fuente: Elaboración propia en base a datos del CNPV-INE, 1992

El cantón Huatajata, se encuentra localizada a lo largo de la costa del Lago Menor. Sus suelos en las orillas son fértiles con alta productividad para la agricultura. La producción agraria y ganadera es autosuficiente. Por la cercanía a las ciudades de La Paz y El Alto, su población local mantiene una permanente relación económica y social (comercio de pescados, estudio de hijos y otros).

El tipo de población es urbano/rural por la concentración de la población y desarrollo de viviendas e infraestructura a lo largo de la carretera, y poca población diseminada en los contornos externos del centro.

Una de las mayores potencialidades para su economía es el turismo, debido a su ubicación estratégica con relación al paisaje del Lago.

Las principales actividades productivas de Huatajata, según el censo de 1992, son el comercio por mayor y menor, la agricultura, la enseñanza y la pesca, cubriendo juntos el 75% de las actividades del lugar.

Esta introducción breve del tipo de población, nos permite ahora, de cara a la investigación, identificar la composición de las problemáticas locales de Huatajata. Estas problemáticas, desde el punto de vista turístico, son básicamente cinco:

- Una producción agrícola local autosuficiente, familiar, poco diversificada y precaria para abastecer el consumo local. (PRODUCCIÓN)
- Deficiencias de abastecimiento local de los productos agropecuarios (en cantidad, calidad y diversidad) demandados por el turismo. (CONSUMO)
- Ausencia de planificación y ordenamiento urbanístico de la zona turística.(PLANIFICACIÓN)
- Ausencia de actividades de ocio que permita ampliar la visita del día y generar mayor gasto turístico. (PRODUCTO)
- Desconocimiento y despreocupación total de autoridades municipales para promover el turismo de la zona como fuente de ingresos y generación de empleo. (GESTIÓN)

Continuando nuestro análisis para la formulación del problema, en pueblos como Huatajata y otros (Suriqui, Isla del Sol, Yampupata, Puerto Pérez, etc.) donde algunas familias están incursionando en turismo, como actividad complementaria a las tareas agrícolas; la prestación de servicios turísticos, es vista como un importante aporte de ingresos económicos a las familias, generando empleo directo e indirecto. Pero lo que no se conoce es el impacto.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

De esta forma, el *enfoque de la problemática a investigar* consiste en cuantificar el impacto del turismo en el cantón, estudiando la relación del gasto turístico y su incidencia en la economía local, que en nuestro país es desconocida, es decir que no existen estudios al respecto. Por tanto, existe ausencia de indicadores y modelos de análisis que permitan hacer aproximaciones de los beneficios económicos que tiene la demanda de visitantes.

Concretamente, nuestro *problema de investigación se concentra y se formula* de la siguiente forma:

- ¿Cuál es el efecto económico que genera la producción de los establecimientos gastronómicos y la transportación de lanchas (principales productos del turismo Huatajateño)?

Especificando aún más esta pregunta de investigación, llegamos a formular otros con el objetivo de facilitar nuestra investigación:

- ¿Cuál es el promedio de gasto del visitante y cómo se distribuye en sectores turísticos?
- ¿Cuáles son los insumos agropecuarios de mayor consumo en la producción gastronómica y cuál es la proporción de incidencia de esa producción en la economía interna?
- ¿A cuánto alcanza los ingresos generados por los dos sectores más importantes de turismo local: gastronómicos y la transportación de lanchas; como aporte bruto a la economía nacional y beneficio para la economía interna?
- ¿Cuántos empleos directos e indirectos genera el turismo Huatajateño a nivel local?

2. OBJETIVOS

El objetivo general del estudio es:

- Determinar el efecto económico del turismo de Huatajata desde la producción de servicios gastronómicos y la transportación de lanchas, para calcular el efecto de sus ingresos en la economía interna y su aporte al resto de la economía en general, cuantificando además su incidencia en términos de empleo.

Los objetivos específicos son:

- Estimar el gasto turístico y la distribución del gasto desde el ámbito de la *demanda*.
- Calcular los ingresos brutos del sector gastronómico y del sector de la transportación de las lanchas.
- Calcular el "flujo de demanda turística" a partir de estudios de campo.
- Calcular el aporte del turismo de Huatajata a la economía interna o local.
- Cuantificar los empleos generados por el turismo de Huatajata.
- Describir la importancia turística de Huatajata en términos de atractivos, facilidades e infraestructuras, y configurar el perfil de la demanda.
- Analizar el contexto teórico de la problemática de estudio, explicando los antecedentes, el modelo teórico y las definiciones conceptuales pertinentes al tema de investigación.

El objetivo de *estimación* responden a la naturaleza de la investigación en economía y estadísticas (Hidalgo y Saconeta, 2000). La investigación se justifica: primero, porque no existen investigaciones anteriores sobre nuestro caso; y segundo, porque existen limitaciones de información y por tanto se requiere crear información de base.

3. DELIMITACIÓN

El alcance de la investigación en términos de tiempo (recorte histórico) se delimita al análisis de la estimación de los efectos económicos de un periodo anual (1999-2000). Los criterios empleados para esta delimitación puntual son:

- a) si bien el tema parece "un grano de arena dentro de la ciencia", ésta presenta sus complejidades, dado que se propone indagar elementos que no se conocen;
- b) el tiempo de dedicación del trabajo del investigador considerando la poca información y fuentes bibliográficas; y
- c) la necesidad de ser razonable y no ser ambicioso en la indagación del tema.

La cobertura del espacio de investigación se circunscribe estrictamente al cantón de Huatajata, desde la comunidad de Chilaya Grande (entrando por La Paz) hasta la comunidad de Taraja, con énfasis en la zona de implantaciones de ofertas turísticas. Huatajata, como se describió en la formulación del problema, pertenece a la Primera Sección Municipal de Achacachi, provincia Omasuyos del Departamento de La Paz - República de Bolivia.

En el ámbito de contenido, el estudio se concentra en dos actividades importantes como el sector gastronómico y el sector de la transportación de lanchas, cuyos análisis específicos se delimitan al:

- Análisis de qué producen los establecimientos gastronómicos y la transportación de lanchas.
- Análisis de los ingresos por ventas y beneficios internos, y aporte a la economía en general.
- Análisis de la incidencia del empleo turístico de Huatajata.
- Análisis de la importancia turística de Huatajata.

Las razones que justifican esta delimitación temática son los siguientes:

- Huatajata funcionalmente es un destino rural cuyo producto turístico tiene dos ejes: la degustación de las comidas y la recreación en lanchas por el lago, en torno a los cuales se producen los mayores efectos económicos.
- Huatajata, según estudios de demanda tiene un perfil de visitantes de tipo familiar y *turismo del día*, donde la pernoctación es escasa que permite sustentar que en la actualidad este pueblo no es un destino de estadía. (Gerc-Inartur, 1997). Por tanto, la decisión de estudiar desde sus dos sectores no significa que otros sectores como los alojamientos y compras sean menos importantes, sino que es más interesante estudiar aquellas actividades que tienen mayor incidencia local.
- La investigación pretende aportar al estudio del turismo en las áreas rurales, para tener un referente con relación a otros lugares.
- El análisis de la importancia económica del turismo a nivel local puede contribuir a que esta actividad sea vista con mayor interés por parte de las instituciones públicas y privadas de apoyo al sector rural como municipios, ministerios, cooperación internacional y ONGs.
- La investigación aplicada al centro turístico de Huatajata, puede convertirse en un modelo teórico-metodológico que permita su aplicación en otros contextos o sitios turísticos.

4. HIPÓTESIS

Las hipótesis del trabajo para el estudio de la presente tesis se formula de la siguiente manera:

- a. El gasto turístico de la demanda se concentra en más de 60% en los servicios gastronómicos y la transportación de lanchas en la localidad de Huatajata.
- b. El abastecimiento de insumos agropecuarios del sector gastronómico de Huatajata beneficia muy poco a la economía local.
- c. Los negocios de producción gastronómica y los lancheros de turismo son los que generan mayores efectos económicos y sociales, beneficiando favorablemente a la economía nacional.

Para facilitar el proceso de investigación se hizo la siguiente tabla de operacionalización de las variables en función de las hipótesis.

<i>VARIABLE</i>	<i>DIMENSIONES DE ESTUDIO</i>	<i>INDICADORES A VERIFICAR</i>
A) Gasto Turístico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nivel de gasto y distribución 2. Datos complementarios 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Gasto promedio por pax o grupo al año 1.2. Gastos en alimentación 1.3. Gastos en alojamiento 1.4. Gastos en compras de artesanías y otros 1.5. Gastos en transporte 1.6. Gastos en otros consumos: recreación y ocio, otros. 2.1. Datos de identificación Dda.: Sexo, edad, residencia, otros. 2.2. Motivo de viaje y modalidad de viaje. 2.3. Medio de transporte utilizado 2.4. Tipo de alojamiento utilizado
B) Producción gastronómica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Origen de los insumos 2. Consumo de productos agropecuarios y otros. 3. Datos complementarios 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Dónde compran sus insumos: en lugar, ciudad, otros. 2.1. Compras de productos agropecuarios y otros por periodos (feriados y fin de semana normal) expresados en dinero y cantidad. (ver encuesta). 3.1. Perfil del propietario: edad, nivel de estudios, etc. 3.2. Características del negocio: tamaño, capacidad, periodo de apertura, otros. 3.3. Nivel de formación del personal 3.4. Comercialización, gestión.
C) Producción de lancheros de turismo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Producción de viajes hacia las islas 2. Producción de paseos por hora 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Cantidad de servicios al año. 2.1. Cantidad de servicios al año.
D) Efectos de establecimientos gastronómicos y de transportación de lanchas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Económico 2. Social 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Ingresos brutos por volumen de ventas 1.2. Beneficios por factor del coeficiente o multiplicador económico. 1.3. Beneficios netos del turismo Huatajateño hacia su economía interna 1.4. Proporción de fuga de ingresos hacia fuera de la localidad. 2.1. Número de empleos directos que genera el turismo. 2.2. Número de beneficiarios indirectos del turismo.

5. METODOLOGÍA

Una cuestión previa es definir a la actividad turística como una actividad económica relacionada con el lugar de destino (Lozano Peña et. al., 1996). Definición que se adopta por la incidencia que su desempeño tiene en distintos sectores productivos, en el doble ámbito del consumo y la producción (Pulido Fernandez, Juan: 1997).

La ausencia de registros y datos oficiales sobre el turismo a nivel local, particularmente de Huatajata, dificultan un análisis económico integral, de ahí que de acuerdo a nuestra hipótesis, el estudio se concentrará en analizar, solo los efectos económicos locales del turismo en las actividades gastronómicas y la transportación de lanchas.

Para una mejor comprensión, de cómo se generan los ingresos y cuáles son los coeficientes de beneficio, es necesario cuantificar los efectos económicos del turismo en la comunidad. La metodología, descriptiva, nos sugiere en el sector gastronómico, cuantificar la cantidad de insumos requeridos para producir, identificar las unidades producidas, calcular los ingresos brutos por ventas, calcular el coeficiente de beneficio interno en la economía y además de detectar el número de empleos. Para ello, en los apartados correspondientes vamos a recurrir a cálculos económicos particulares en cada caso, mediante la aplicación de fórmulas matemáticas donde se destacará por su importancia la obtención del coeficiente importado e interno, como una primera aproximación a estudios de este tipo. Para una mayor precisión, el coeficiente importado refleja, en qué medida el sector económico depende para su producción del mercado externo; mientras el coeficiente interno refleja, cuánto una economía se abastece de la producción interna o propia.

La investigación también tiene que ver con la necesaria obtención de datos del: gasto turístico, producción total de los sectores gastronómico y de las lanchas; y un análisis complementario de la situación de los atractivos, facilidades e infraestructuras y el perfil de la demanda de Huatajata. Por otra parte, los

resultados obtenidos, tienen utilidad para saber el efecto económico en el consumo agropecuario local y el efecto en la economía interna de Huatajata, a partir de la obtención del coeficiente o valor multiplicador.

Además, calcular el aporte al resto de la economía y por supuesto su incidencia en el empleo local; para esta finalidad, se utilizaron "multiplicadores" de la actividad turística recomendada por el Viceministerio de Turismo, como parámetros referenciales.

La investigación adopta el *diseño no experimental*, para "observar –la problemática- tal y como se da en su contexto natural, para después analizarlos" (Hernandez S., 1996, 189). Es decir, se observa la situación del turismo existente en Huatajata, donde las variables del gasto turístico, la producción gastronómica y la producción de lanchas de turismo son hechos que no podemos manipular. Siguiendo, a Hernández Sampieri, el tipo de diseño no experimental que aplicaremos en nuestra investigación será la *transeccional o transversal* que, consiste en la recolección y cuantificación de datos de un año - tiempo único- , siendo el objetivo analizar las variables de producción gastronómica y de la transportación de lanchas de turismo y explicar la relación del turismo local en ese momento histórico.

Dentro del diseño transeccional, nuestra investigación opta por el *diseño transeccional descriptivo* porque tiene como objetivo "indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables" (Hernández S., 1996, 193). Las variables en nuestro caso son: el gasto turístico – la producción gastronómica – la producción de lanchas – y los efectos.

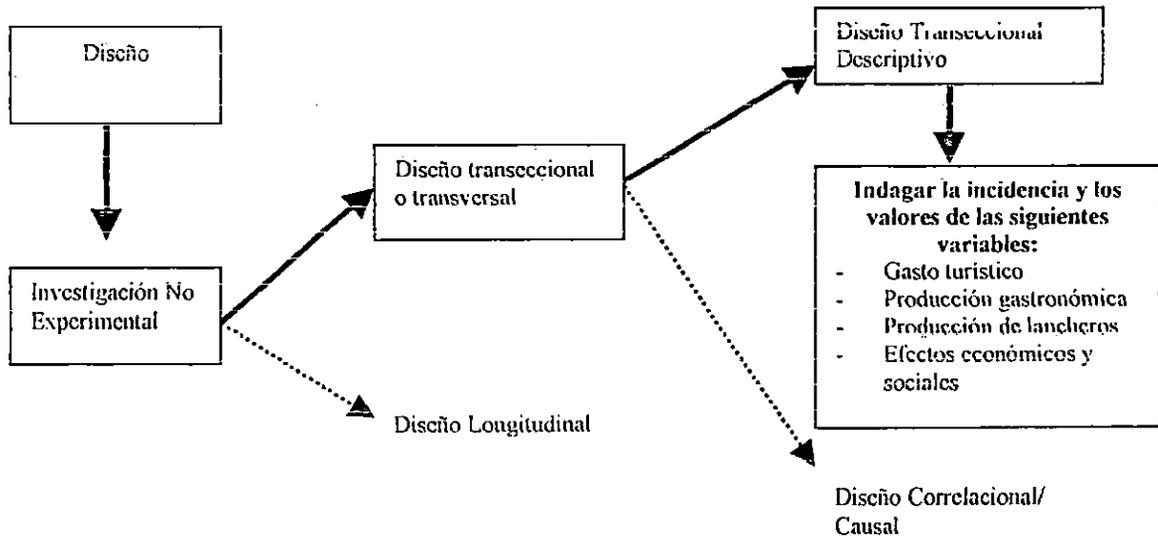


Fig. 1. Fuente: Hernández S. Metodología de la Investigación, 1996. Elaboración propia.

El flujo esquemático de análisis descriptivo, se inicia en el problema, pasando por los objetivos/delimitación/hipótesis/metodología, centrándose en el proceso de la investigación el análisis de variables, para finalmente interpretar los resultados en las conclusiones de la tesis. El proceso se *grafica* de la siguiente manera:

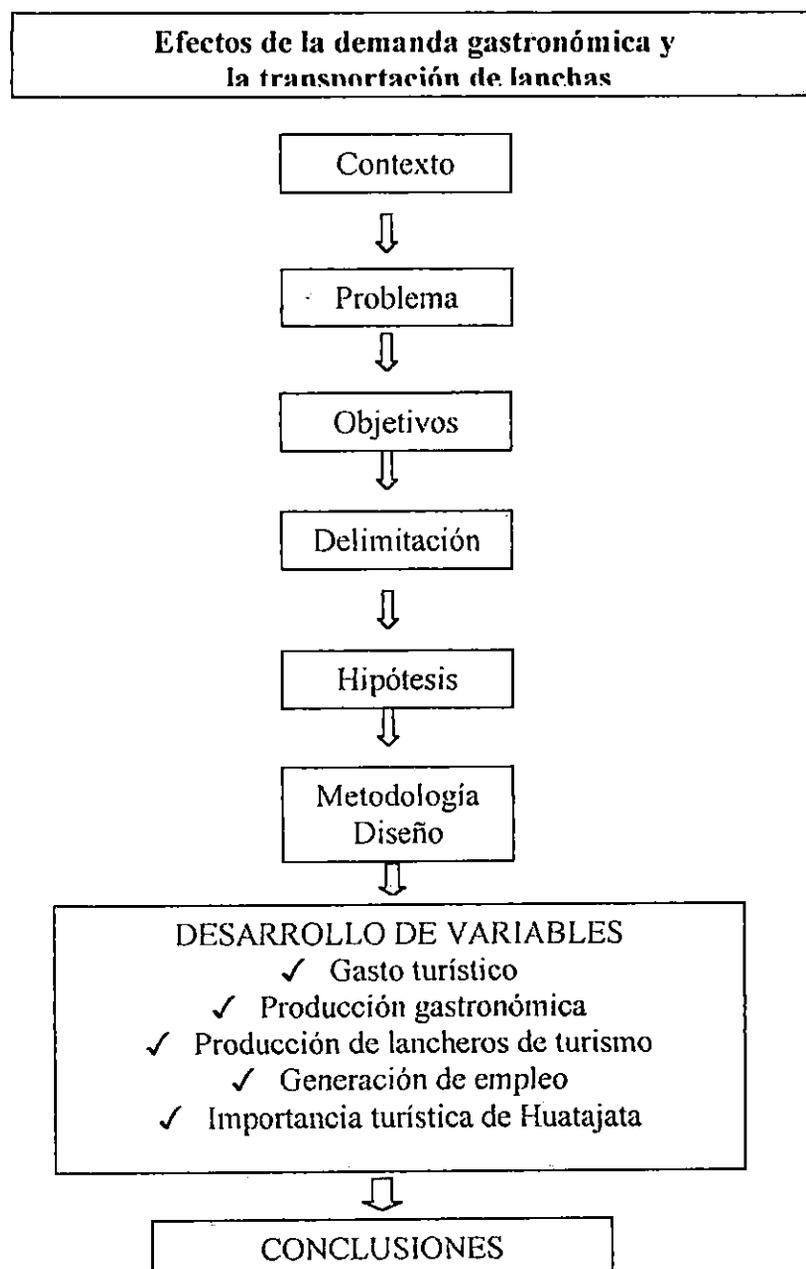


Figura 2. Pasos del proceso de investigación. Elaboración propia

La investigación permite analizar de acuerdo con los objetivos de la tesis las siguientes temáticas:

- a) Consumo de la producción agropecuaria a partir de entrevistas a prestadores de servicios de restauración (ver anexo N° 2).
- b) La producción turística de las lanchas a partir de trabajo de campo con lancheros que consistió en llenar una matriz o cuadro de la producción del N° de viajes a las islas y N° paseos por hora realizados en promedio durante un mes (ver en el anexo 4 los resultados).
- c) La estructura de gasto turístico a partir de entrevistas a la demanda turística del destino (ver en el anexo N° 3 el cuestionario utilizado);
- d) El análisis de la demanda turística regional y local a partir de estudios del Viceministerio de Turismo del año 1999; estudio de la demanda turística de Huatajata hecha por la empresa Gerc-Inartur en 1998 y nuestra investigación parcial sobre el perfil de la demanda local (ver anexo N° 1).
- e) El análisis de la oferta turística regional y local de Huatajata a partir de la Estrategia de Turismo del Departamento de La Paz 1998, de la Prefectura de La Paz y investigación de campo realizada por nosotros.
- f) Finalmente, las conclusiones de la tesis que son la síntesis de los resultados de la investigación.

Los instrumentos de recolección de datos utilizados son:

- Entrevistas con 15 administradores de establecimientos gastronómicos de los 16 restaurantes de tipo turístico existentes en total en el cantón Huatajata (ver guía de entrevista en el anexo N° 2) (donde un establecimiento se encuentra cerrado). El criterio fue levantar datos del total de los establecimientos gastronómicos, siendo en los hechos un Censo.
- La guía de entrevista del gasto turístico se aplicó a 244 visitantes. Estas entrevistas se hicieron en dos fechas: domingo 4 de junio y 18 de junio del

2000 en la localidad de Huatajata: a 12 grupos de extranjeros y a 232 nacionales. El universo de los visitantes de Huatajata al año alcanza a 40.352 personas (ver análisis de flujo de visitantes de Huatajata en el punto 1. del capítulo 3ro. de la tesis). La muestra no se definió en base a la proporción del universo debido a las limitaciones presupuestarias y la amplitud que requiere un estudio estadístico. La muestra de 244 entrevistas responde solo a 0,6% de la demanda. Si se toma el universo de visitantes por semana que es 600 personas; en este caso la muestra corresponde al 40%. Sabiendo que la muestra no es representativa sobre el total anual de visitantes, el análisis se hizo bajo el criterio lógico de que la demanda turística de Huatajata, se caracteriza por ser una demanda homogénea, desde la perspectiva del gasto turístico. El levantamiento de datos se hizo mediante entrevistas en cada uno de los restaurantes y puertos de Huatajata.

- La revisión de la literatura se centra en las fuentes de tipo primario, recurriendo a los documentos oficiales del Viceministerio de Turismo, libros especializados sobre economía turística, libros editados por la Organización Mundial de Turismo, libros de metodología de investigación, libros afines al desarrollo rural, planificación y proyectos. Otra fuente importante son las consultadas directas a expertos en turismo. También se rescata artículos de prensa de interés para la tesis. Por otra parte, se revisa también algunas fuentes secundarias como libros con compilaciones de artículos sobre economía turística y desarrollo turístico en general.

El enfoque teórico metodológico de la tesis, se sustenta en uno de los fundamentos de la teoría de la demanda: *la demanda de consumo de bienes y servicios*, donde el consumo es la efectivización de la demanda que se traduce en la compra y éste produce impactos económicos importantes (Hidalgo, J., 1998). La medición de los impactos se realiza usando técnicas cuantitativas: estadísticas, multiplicadores, fórmulas, etc. El consumo se estima desde el lado de la *oferta* (en base a la determinación de los insumos requeridos, determinación de la producción turística de los restaurantes y lanchas, por el precio).

Primero se define a la demanda turística como "la cantidad de 'producto turístico' que los potenciales consumidores del mismo están dispuestos a adquirir a un precio en un momento dado. Es decir está relacionada la cantidad demandada de este bien, el producto turístico, en función de los posibles valores del precio que pueda alcanzar, de tal modo que a cada valor del precio le corresponde una cierta cantidad de demanda del bien deseado, formándose tantas combinaciones binarias demanda-precio como se pueden imaginar. Esas infinitas posibilidades conforman la demanda del bien producto turístico. Sobre esa relación binaria actúan en el mercado otras fuerzas exógenas, que pueden hacer variar su naturaleza. Entre ellas pueden citarse la renta de los consumidores, su gustos, su edad, su formación, su situación laboral, etc." (Monfort Mir, et. al., 1996, 70)

Segundo, a fin de no crear expectativas falsas con relación al anterior concepto, esta tesis detecta los ingresos y sus efectos a partir de la relación demanda-precio, pero no estudia el comportamiento económico de un bien o un servicio de Huatajata ni la influencia de las otras fuerzas exógenas que determinan la adquisición del producto turístico. Es decir, no se analiza la fluctuación de los ingresos per cápita de los turistas, no se analiza los factores de la demanda ni la elasticidad de la demanda porque nuestro estudio está centrado en determinar los efectos del turismo en base al consumo y su posterior cálculo de efectos en la economía nacional y local de Huatajata.

Tercero, aclaremos también que no se utiliza la *teoría de la oferta* porque no es de utilidad para los objetivos de la tesis, es decir que no buscamos determinar la cantidad de bienes y servicios que un negocio turístico está dispuesto a producir, sino el efecto de la producción actual de los dos sectores que analizamos. Nuestro interés por tanto no es analizar la variación de los factores de la oferta, no es determinar qué teoría de la oferta (producción, precio, costos, etc.) es mejor ni es estudiar las variaciones de los factores de producción (tierra, trabajo, capital y tecnología).

Cuarto, existen técnicas econométricas que son descartadas para el cálculo de ingresos y efectos en Huatajata por tres razones elementales: modelos fuera de contexto, datos de variables no existentes y además que no responden a los objetivos de la tesis. El Modelo de Ingresos Turísticos ($IT = a + b_1 NTt + b_2 PTt$) se descarta porque no existen datos locales de parámetros estructurales (fijos) o series históricas. El modelo de Leontieff (matriz insumo-producto) se descarta porque su aplicación más bien es efectivo para calcular las estructuras del tejido productivo regional, su articulación interna o sus vinculaciones con el espacio económico extra regional, además de que requiere unas ulteriores exploraciones analíticas más refinadas (Instituto Canario de Estadísticas, 1992).

Y quinto, se opta por el cálculo de los ingresos vía el modelo del *gasto turístico*, la valoración de los *insumos* y también por el cálculo del *valor agregado* de las ventas de los dos sectores que estudiaremos.

En el procedimiento operativo de la investigación se utilizó las siguientes fórmulas cuantitativas:

- El cálculo del gasto de los visitantes utilizando la fórmula: $GT = T \times GM \times EM$; donde GT es el gasto turístico, T el número de visitantes, GM es el gasto medio por día y EM es la estadía media.
- El cálculo de Ingresos por Ventas mediante la fórmula $IV = UP \times PU$, donde IV es el ingreso por ventas, UP son las unidades producidas y PU es el precio unitario.
- El cálculo del efecto multiplicador en el resto de la economía nacional: $EM = Y \times 2$, donde EM es el efecto, Y los ingresos Brutos por ventas y 2 el valor multiplicador de turismo.
- El cálculo del efecto en la producción interna o local, utilizando la fórmula: $EPI = Y \times VML$; donde el EPI es el efecto, Y ingreso Bruto y VML el valor multiplicador de la producción interna.
- El cálculo del efecto en la producción importada a través de la fórmula: $EPIM = Y \times VMI$, donde el EPIM es el efecto en la producción importada, Y

el ingreso bruto por ventas y VMI el valor multiplicador de la producción importada.

- El cálculo de la producción total de lanchas de turismo, a través de $PTA = PRVIM \times 12$ y $PRPHM \times 12$; donde, PTA es la producción total año, PRVIM promedio de viajes a la isla al mes y 12 valor de los meses del año. Así como, PRPHM es el promedio de paseos por hora al mes.
- El cálculo de la demanda de los lancheros mediante $DT = (\text{No. de viajes al año} \times \text{promedio de pasajeros}) + (\text{No. de paseos por hora al año} \times \text{promedio de pasajeros})$.
- Cálculo de ingresos totales brutos al año de los lancheros $YTA = (\text{No. de viajes isla al año} \times \text{precio}) + (\text{No. de paseos por hora al año} \times \text{precio})$. El cálculo de los beneficios netos de los lancheros de acuerdo $BNTTL = \text{Ingreso total año} - \text{costo de operación}$, donde BNTTL es el Beneficio Neto Total de la Transportación de Lanchas.
- Finalmente, el cálculo de empleos directos e indirectos que genera el turismo en Huatajata, utilizando el parámetro Empleo Turístico = Empleo Directo + Empleo Indirecto. El empleo directo se determinó mediante los distintos trabajos de campo (entrevistas y observación) (ver punto 4 del capítulo 3ro.). El empleo indirecto se determinó usando la fórmula $EI = 1 \times 3 (ED)$; donde, EI es el empleo indirecto, 1 es el valor de un empleo en turismo y 3 es el valor de repercusión que tiene un empleo en turismo.

La tabulación de los datos, por el tamaño de las muestras, se hizo de forma manual. De esta forma, el conjunto de los datos obtenidos por la aplicación de los instrumentos de investigación permiten estructurar la redacción del informe final de tesis.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO: ANTECEDENTES, MODELO TEÓRICO Y DEFINICIONES CONCEPTUALES

1. ANTEDECENTES

1.1. IMPORTANCIA DEL MOVIMIENTO TURÍSTICO INTERNACIONAL

a) Flujo de llegadas, ingresos de divisas y destinos internacionales

De acuerdo a las estadísticas de la Organización Mundial de Turismo (OMT), presentadas en el libro "Estadísticas de Turismo" del Viceministerio de Turismo (VMT) del año 1998, en ese año, 635,1 millones de visitantes se movieron en todo el mundo. De esta cifra, el 79% de las llegadas son captadas por dos regiones: Europa y las Américas; siendo los tres países que más turistas reciben: Francia, Estados Unidos y España, según la misma fuente. El turismo internacional, el último año 98/97 ha crecido en promedio el 2,5%. A Sudamérica llegaron en el mismo periodo 18,3 millones de turistas, que representa solo el 2,8% de la demanda mundial. Del total de llegadas internacionales, cada día en promedio viajan 1,7 millones de personas en el mundo y en Sudamérica 50.137 turistas (Viceministerio de Turismo, 1998).

Cuadro No. 2
Turismo a nivel internacional: Llegadas por regiones e ingreso de divisas, 1998

Región	Llegadas en millones	%	Ingresos en miles de millones	%
Europa	381,1	60,0	228,9	52,1
Américas	122,7	19,3	120,0	27,3
Asia Oriental / Pacífico	86,6	13,6	68,6	15,6
Africa	24,7	3,8	9,6	2,1
Oriente Medio	15,0	2,3	8,0	1,8
Asia Meridional	5,0	0,7	4,3	0,9
Mundo	635,1	100	439,4	100

Fuente: Informe del Turismo Internacional, Organización Mundial de Turismo, VMT, 1998

El año 1998, tal como se observa en el cuadro No. 3, el turismo como sector exportador de servicios, ha generado 439,4 miles de millones de dólares, lo que significa que diariamente en promedio el turismo internacional aporta 1,2 mil millones de dólares americanos a la economía mundial. De la cifra global,

Sudamérica solo recibe 15,1 mil millones que representa el 12,6% de los ingresos, de donde Norteamérica se lleva el 73,4%. Sudamérica desde 1992 ha crecido en promedio 10,9%.

En las Américas, según las estadísticas históricas publicadas en 1998 por la OMT, la captación del mercado internacional en las últimas décadas ha disminuido notablemente; en 1960 contaba con el 24% del mercado de llegadas internacionales y en 1998 disminuye al 19,3%. (OMT, 1998)

Hoy en día la importancia del turismo a nivel mundial es realmente contundente. Siguiendo las estadísticas, en 1960 se gastaban diariamente 19 millones de dólares americanos excluyendo los gastos en transporte internacional y en 1998 se gastaron 1.2 mil millones de dólares diarios como hemos mencionado antes. (OMT, 1998)

Con relación a los destinos turísticos más importantes, actualmente están liderizados por Francia, Estados Unidos, España, Italia y Reino Unido que juntos se llevan el 36% del mercado mundial. Pese a esta participación importante de estos destinos, en los últimos años están creciendo nuevos destinos con tasas de crecimiento altos que ha llevado a la OMT a publicar un documento llamado el *Panorama del turismo en el 2020* donde, se proyecta que los países Asiáticos pasaran a ser los destinos más importantes del mundo. El primer lugar estará ocupado por China (que actualmente no se encuentra entre los diez más importantes). Si se le da el tratamiento de entidad separada, China, la RAE de Hong Kong también se convertirá en uno de los destinos más visitados, lo que significa que los viajes de larga distancia crecerán (OMT, 1998)

En este contexto del turismo internacional, esta actividad será para muchos países y lugares la salvación de sus economías en especial para los países en desarrollo, afirman los expertos de la Organización Mundial de Turismo.

De esta manera, según estas previsiones de la OMT, para el año 2000 las llegadas de turistas internacionales (en todo el mundo) alcanzarán a 673

millones y superarán los 1000 millones en el año 2010 y alcanzarán 1.600 millones de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo en el año 2020. (OMT, 1998) Esto significa que el turismo respecto a 1998, se triplicará y habrá mayor presencia de turistas en los destinos que sepan captarlos. Con relación a los ingresos de divisas, en el 2020 se gastarán más de 2 billones de \$US (dólares americanos) con tasas promedio anual del 6,7%, mucho más que la probable expansión máxima de la riqueza mundial 3% anual. (OMT, 1998).

Estas nuevas previsiones, dicen que América del Sur crecerá 4,9% cada año y serán superadas por Asia Oriental Pacífico que crecerá al ritmo de 7,0%. Así el año 2020, las Américas tendrán una cuota de mercado del 18,0% mundial, 2% menor respecto a 1997. El volumen de llegadas de turistas internacionales a las Américas ascenderá a 284 millones, dos veces y media más del nivel de 1995. Entre 1995 y 2020, el porcentaje de llegadas de larga distancia, intercontinental, para las Américas se incrementarán también del 23 por ciento al 38 por ciento. De 1996 al 2020, el turismo internacional crecería de 14 millones a 35 millones de turistas aproximadamente. (OMT, 1998)

Las cifras de la OMT. están haciendo que los países se preparen para aprovechar la mayor parte de la torta mundial, que dependerá de la organización interna, promoción de inversiones y una fuerte agresividad estratégica, donde Bolivia no puede renunciar porque está en juego millones de dólares y miles de empleos.

b) Importancia del turismo interno

La Organización Mundial de Turismo, según este texto *Turismo Panorama 2020*, dedica un sector al turismo interno, donde destaca que esta actividad "será mucho más importante tanto en términos de flujo e ingresos monetarios. Este crecimiento tendrá mayor lugar en los países en desarrollo de Asia, América Latina, Oriente Medio y África, donde se prevé un aumento de población que participará activamente en el turismo interno" (OMT, 1998). Por eso, el turismo interno de nacionales hacia los destinos internos de Bolivia seguirá siendo como lo es ahora más importante en términos de generar empleo y dar mayor vida a

los pueblos rurales, durante los fines de semana, los feriados largos y las vacaciones anuales. Se menciona también en el informe citado, que "sectores sociales poco acostumbrados al viaje entraran a ser parte de los flujos internos".

1.2. CONTEXTO NACIONAL Y DEPARTAMENTAL DEL TURISMO

En este apartado se reflejará la situación turística de Bolivia y del Departamento de La Paz, de forma sintética y descriptiva, para contextualizar el ámbito global del turismo en nuestro país.

a) Estado de situación del turismo en Bolivia

En Bolivia, el turismo se rige mediante la Ley de Promoción de la Actividad Turística No. 2074, del 14 de abril del 2000. La ley promueve el desarrollo turístico, define a la actividad como estratégica para el país, fomenta la promoción y la competitividad. Con relación a las áreas rurales, *fomenta la participación y beneficio de las comunidades donde se encuentran los atractivos turísticos para fortalecer el proceso de identidad e integración nacional, además promueve la conservación del patrimonio cultural y natural del país.*

Bolivia es un destino desconocido en el mercado mundial del turismo (THR, 2000). Las estadísticas oficiales de turismo del Viceministerio de Turismo de 1998, permiten aseverar que por turismo internacional solo capta el 0,06% de todo el flujo que existe en el planeta. Bolivia en el contexto sudamericano capta solo el 2,2% (420.491) de turistas internacionales de todos los que visitan Sudamérica (Viceministerio de Turismo, 1998). Las cifras son absolutamente insignificantes para el momento actual del turismo internacional, por lo que está claro que, su potencial es casi completamente desconocido. Por tanto, Bolivia es un país que puede gestionar a su favor el turismo como actividad estratégica e incluso como política de estado si queremos aprovechar los millones de dólares que circulan por nuestras fronteras.

Los principales mercados emisores de turismo de Bolivia, según las estadísticas de turismo de 1998, continúan siendo desde hace varios años Perú, Argentina, EE.UU., Brasil, Chile y Alemania, que en conjunto aportan cerca de 61% de turistas. (Viceministerio de Turismo, 1998)

Según la misma fuente, al interior de Bolivia, la región que más turistas recibe es La Paz, llevándose el 45,1 % (189.546 turistas) de la demanda internacional de 1998, de los establecimientos de hospedaje. Los cuadros históricos de las estadísticas por Departamento de Bolivia, de distintos años del Viceministerio, permiten observar también que desde 1990 La Paz está perdiendo gradualmente el mercado a favor de regiones como Santa Cruz y Cochabamba. (Viceministerio de Turismo, 1998)

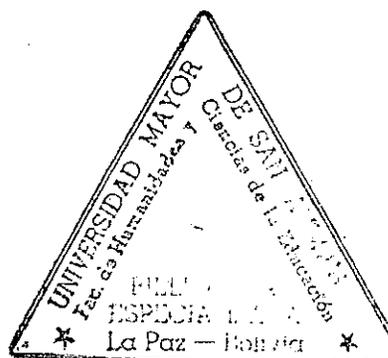
La importancia económica del turismo como sector exportador, según, las últimas cifras de estadísticas de turismo de 1999, en su apartado *Turismo y Comercio Exterior*, se hace evidente porque, el turismo internacional de 1999 en Bolivia, ha generado 179,2 millones de dólares de ingresos para la economía nacional, habiendo casi duplicado los ingresos con relación al año 1990 cuando el turismo generó 90,6 millones de dólares. Los 179,2 millones de divisas por turismo es un aporte importante porque representa el 12,78% de los ingresos por exportaciones totales de Bolivia. Esos ingresos son mucho más importantes si comparamos con las exportaciones no tradicionales y con las tradicionales por separado. De esta forma, representa el 38% de las exportaciones tradicionales y 31,5% de las exportaciones no tradicionales. El turismo genera en estos momentos más divisas que las exportaciones de maderas, la castaña, el azúcar, superándolo solo la soya que generó 216.6 millones de dólares el año 1999. En términos generales el aporte del turismo al PIB de Bolivia es del orden del 4,78%, con casi 50 mil empleos generados por el sector tanto directa como indirectamente, según las estadísticas oficiales. (Viceministerio de Turismo, 1999)

Con relación al potencial turístico, "La mayor fortaleza de Bolivia es su diversidad natural y la autenticidad de su cultura. Es uno de los 8 países con

mayor biodiversidad del planeta, donde el altiplano se combina con los paisajes y territorios tropicales de la amazonia y los valles interandinos. Un país donde la naturaleza y las culturas auténticas lo convierten en uno de los destinos mejor conservados de Sudamérica, con más de 36 étnias (aymaras, quechuas, guaraníes, etc.) que tienen a su vez una inmensa diversidad cultural, idiomática y folklórica" (Viceministerio de Turismo - THR, 2000). Potencial que está siendo promocionada a partir de este año con una nueva identidad corporativa nacional cuyo slogan dice "Bolivia, lo auténtico aún existe".

En fin, junto a la inmensidad del lago Titikaka, sus altas cumbres nevadas, sus bosques y selvas vírgenes, sus ríos y cascadas, sus áreas protegidas de flora y fauna, sus ciudades Patrimonio Cultural de la Humanidad, sus tradiciones y costumbres y otros hacen de esta tierra "la síntesis cósmica del mundo". Un país en el que no se debe buscar la tradición porque la tradición está en las calles y en cada rincón donde habita su gente. No está organizada "para turistas", sino es tal como ha sido durante cientos de años.

Finalmente, corresponde mencionar que desde 1996, el gobierno de Bolivia está recibiendo apoyo y colaboración de empresas internacionales especializadas en turismo que están llevando a cabo estudios de ordenación territorial y promoción de inversiones turísticas, CDTI's, en 4 regiones del país (lago Titikaka, Salar de Uyuni, Misiones Jesuíticas y Cordillera Real) y tres programas especiales como son la capacitación turística nacional (ejecutado), puesta en valor del patrimonio arqueológico y la comercialización de Bolivia (ejecutado). Con acciones cuya finalidad es promover el turismo de forma integral. Empresas internacionales como GERC-INARTUR, PROINTEC, THR, MONITOR han desarrollado programas con apoyo financiero de organismos de cooperación como son el Banco Interamericano de Desarrollo y la Agencia Española de Cooperación Internacional (Viceministerio de Turismo, 1998).



b) Estado de situación del turismo en el Departamento de La Paz, respecto a lo nacional

En esta parte se explicará la situación turística de La Paz; principalmente de sus atractivos, hospedajes, empresas de viajes, número de turismo que llegan a los establecimientos de hospedaje y los principales mercados emisores de turistas para La Paz, como marco para contextualizar el entorno regional de la investigación.

La Paz, por sus recursos naturales y culturales, por el emprendimiento de su sector empresarial y por la favorable vinculación terrestre y terminal aérea internacional; es el departamento donde más desarrollo turístico existe.

Cuadro No. 3

Distribución de Número de Atractivos Turísticos del Departamento de La Paz con relación país

Categorías	La Paz	Bolivia
Sitios Naturales	107	389
Patrimonio Urbano	125	476
Etnografía y Folklore	55	198
Realizaciones Técnicas	17	68
Acontecimientos Programados	44	218
Total	348	1340
Participación	26 %	100%

Fuente: Estrategia de Desarrollo Turístico de Bolivia 1993-1997-2003. Secretaría Nacional de Turismo, 1997.

El Departamento de La Paz, desde la óptica de los atractivos turísticos, es la región que mejor posición tiene en el mercado turístico internacional. Los recursos con alto valor de atracción que se encuentran en esta región, principalmente, son: El Lago Titikaka, La Cordillera Real de Los Andes, Tiwanaku, Los Yungas, los bosques del Norte de La Paz y la ciudad de La Paz. Entorno a estos grandes atractivos giran más de 340 atractivos, según los inventarios turísticos oficiales (Secretaría nacional de Turismo, 1997), que representan el 26% de los atractivos de Bolivia; tal como se muestra en el cuadro anterior.

Cuadro No. 4

Capacidad Hotelera de La Paz y Resto del Departamento, respecto al país, año 1999

Categoría	La Paz Ciudad		Resto del Depto. De La Paz *		Bolivia	
	No. Empresas	Camas/ Plazas	No. Empresas	Camas/ Plazas	No. Empresas	Camas/ Plazas
Hoteles 1 a 5★	38	3.875	26	1.198	156	10.969
Apart-Hoteles	4	305	-	-	17	680
Residenciales 1 a 4★	31	1.356	42	1.478	186	6.555
Alojamientos ABC	62	2.015	37	1.041	273	7.375
Posadas	9	198	2	28	26	597
Total	144	7.749	107	3.745	658	26.176
Participación	21,8%	29,6%	16,2%	14,3%	100%	100%

Fuente: Estadísticas de Turismo de 1999. Viceministerio de Turismo, 2000. Elaboración propia.

* Datos facilitados por la Unidad de Normas y Servicios Turísticos del Viceministerio de Turismo, que corresponden a los registros de establecimientos de hospedaje en Urmiri, Chulumani, Coroico, Copacabana y El Alto.

Con relación a la Hotelería, de acuerdo al Viceministerio de Turismo, el Departamento de La Paz (ciudad y resto del Depto), tiene 251 empresas asentadas, que representan el 38% de Bolivia. Estas empresas tienen una capacidad de camas superior a 11494, que significa una participación de 44% con relación al país. De esta forma, La Paz es el eje más importante tanto en número de empresas como en inversiones.

Cuadro No. 5

Agencias de Viajes y Turismo y Agencias Mayoristas del Departamento de La Paz

Empresas	No.	%
Agencias de Viajes y Turismo	139	90,8
Agencias Mayoristas	14	9,2
Total	153	100

Fuente: Unidad de Normas y Servicios Turísticos. Viceministerio de Turismo, 2000.

Respecto a las Agencias de Viajes, que son las empresas comercializadoras de los productos turísticos del Departamento; en La Paz, funcionan 153 agencias de viaje, de los cuales el 91% son empresas minoristas y solo 9% de las empresas son mayoristas o T.T.O.O. (tour operadoras grandes) que controlan buena parte del turismo receptivo y emisivo. (Viceministerio de Turismo, 2000)

La importancia turística de La Paz, se muestra también porque el Departamento tiene el mayor flujo de turistas. Tal como se muestra en el siguiente cuadro de llegadas a la ciudad de La Paz, que en los hechos se constituye en el centro urbano de pernoctación y distribución de turistas, hacia el lago Titicaca, el norte de La Paz y otros sitios.

Cuadro No. 6

Llegadas de Visitantes a Establecimientos de Hospedaje de la ciudad de La Paz, año 1999

	Extranjeros	Nacionales	Total
La Paz	181.925	174.887	356.812
% participación de La Paz a nivel nacional	44,5%	24,7%	31,9%
Estadía Media en La Paz	2,5	1,8	2,2
Crecimiento Medio Anual (1989-1999)	7,8 %	3,1%	5,45%

Fuente: Estadísticas de Turismo de 1999. Viceministerio de Turismo, 2000

El 44,5% de los turistas extranjeros que se encuentran en Bolivia visitan La Paz y sus alrededores. Por otra parte, solo el 24,7% de los visitantes nacionales llegan a La Paz por distintos motivos, de acuerdo a los registros de establecimientos de hospedaje. Otro dato importante, es que la estadía Media de los extranjeros en la ciudad de La Paz, es de 2,5 días; de los nacionales el 1,8 días. Así mismo, el crecimiento del turismo de La Paz, en el periodo 1989-1999, es de 5,45% como Media Anual. (Viceministerio de Turismo, 2000)

Finalmente, es importante citar, que en turismo receptivo, los principales mercados con mayor flujo para La Paz, son: Perú, EE.UU., Alemania, Argentina, Francia e Inglaterra. De un total de 181.925 turistas extranjeros que visitan La Paz, estos 6 mercados emiten el 56% de los turistas. Económicamente, los más importantes son los Americanos y los Europeos.

Cuadro No. 7

Principales Mercados Emisores de Turistas para La Paz, 1999

Principales Mercados	% de participación
Perú	19,1
EE.UU.	10,7
Alemania	7,4
Argentina	6,6
Francia	6,4
Inglaterra	5,8
Resto Mercados	44
Total	100

Con relación al turismo nacional, las cifras solo nos reflejan el número total de visitantes nacionales que llegan a establecimientos de hospedaje en La Paz, que asciende a 174.887 personas. No existen estudios sobre número de visitantes nacionales en el lago Titicaca ni estudios sobre el comportamiento de los residentes de las ciudades durante los fines de semana. Estas limitaciones de información no permiten hacer una contextualización apoyada en cifras acerca del turismo de fin de semana y turismo familiar. Este es uno de los motivos por los cuales estudiaremos en el capítulo central, la importancia del turismo en Huatajata.

1.3. CONTEXTO SOCIOECONÓMICO NACIONAL

a) Breve análisis de la situación económica y social

Desde la perspectiva económica, según el libro *Análisis crítico de la realidad: Compendio de datos actualizados* del Padre Gregorio Iriarte, Bolivia es el país más pobre de América Latina, con una deuda externa que supera los 4,3 mil millones de dólares actualmente. En el periodo 1994 a 1998, el crecimiento del PIB en Bolivia ha tenido un promedio de crecimiento del 4,48%, indicador que es inferior a varios países, en especial a países limítrofes como Argentina, Brasil, Perú, y otros. El ejemplo de crecimiento del PIB de Chile y Perú en los últimos años llegó a 10.5%. (Iriarte, 1999).

Iriarte, sostiene que "con la implementación de la nueva política económica, las tasas de crecimiento empiezan a ser positivas a partir de 1986 y desde 1991 son superiores al crecimiento de la población".

La población boliviana alcanza a 8,1 millones de habitantes en 1998 y está creciendo a una tasa estimada del 2,3% de promedio anual. En el año -1998- el crecimiento económico fue superior a la inflación que alcanzó a solo 4,39% el nivel menor en más de dos décadas, en tanto que el crecimiento de la economía subió a 4,70%. Así mismo, Iriarte, desde la visión de la Doctrina Social de la Iglesia, sostiene que la distribución del ingreso en Bolivia es injusta: "En Bolivia el 10% de la población más *rica* tiene el 40% de los ingresos urbanos brutos. Esta situación, con datos de 1992, muestra que el país, junto a Chile y Brasil, tiene las mayores brechas en la distribución de los ingresos, según los análisis de la Comisión Económica para América latina y el Caribe" (Iriarte G., 1999, 347).

Por otro lado, la pobreza en Bolivia, se observa también porque los salarios Bolivianos son de los más bajos en América Latina. "Los bolivianos tienen el salario mínimo más reducido de toda América Latina,...el salario mínimo en Bolivia es tan bajo que apenas si representa la séptima parte del mínimo alcanzado por los argentinos, la quinta parte de lo que ganan los paraguayos y la mitad del ingreso mínimo obtenido por uruguayos o venezolanos" (Iriarte, 1999, 401). En Bolivia el salario mínimo (en dólares americanos) alcanza solo a 39,00; mientras en Argentina es 300,0; en Paraguay es 219,00; en Chile 149,11; en Ecuador 144,69; en Brasil 106,00; en Perú 59,00. Cifras recogidas de la Agencia Reuter en el libro *Análisis de la Realidad Boliviana* de Iriarte.

Bolivia como en una mayoría de los países de América Latina, tiene en gasto público social por debajo de 100 dólares per cápita. Cifra que es algo insignificante frente al gasto público social de los países desarrollados que se encuentran entre 3.600 dólares hasta 7.200 dólares per cápita, según Iriarte. A esto se suma, que "Bolivia es el país más atrasado en materia de infraestructura

de caminos, con apenas el 5% de carreteras pavimentadas, de acuerdo a informes de la Federación Interamericana de la Industria de Construcción (FIIC), aspecto que es confirmado por la Cámara Boliviana de Construcción (CABOCO)... -donde- Venezuela tiene el 39% de carreteras pavimentadas, Argentina tiene el 27%, Chile tiene el 14% y Ecuador con el 12% y Brasil el 10%" (Iriarte, 1999, 357).

Desde la perspectiva social, el 70,5% de los Bolivianos (más de 4 millones de personas) es pobre, según estudios sociales de Iriarte. Esto significa que la pobreza aqueja a siete de cada diez personas. Las condiciones de vida de la población son en general de mala calidad. Los indicadores socioeconómicos colocan a Bolivia en el último lugar entre los países latinoamericanos, según la Estrategia Social presentada por el actual gobierno. En Bolivia la esperanza de vida al nacer es de 62 años; la mortalidad infantil es de 85 por cada mil nacidos entre cero y cinco años, con una tasa global de fecundidad de 4,56 hijos por mujer y la desnutrición es de 36,1% del total de menores a cinco años. Donde, el acceso a los servicios básicos es aún todo un privilegio, en general, gran parte de los hogares bolivianos presenta carencias en cuanto a saneamiento básico, espacios de vivienda, educación, salud, insumos energéticos y materiales de vivienda. Para citar algunos ejemplos, el 73,9 % de los hogares no dispone de servicios adecuados de agua potable e instalaciones sanitarias; un 65 % muestra deficiencias en su formación educativa; el 53,4 % de las familias no atiende su salud en forma adecuada; el 52 por ciento de viviendas no cuenta con energía eléctrica y el 48 por ciento de la viviendas están construidas con materiales de mala calidad. Estos datos son promedios nacionales y realmente sintetizan la extrema pobreza de la mayoría de los Bolivianos. En las áreas rurales, la situación social es aún peor, más carentes de servicios, ausencia de productividad, abandono de la tierra y poco acceso a la educación. (Iriarte, 1999)

b) Crisis coyuntural

"La economía del país es dramática porque solo creció el 0,6% cuando la población crece al 2,11% y hay lentitud en el gobierno para atenuar la crisis" (Cámara de Comercio, Presencia 28/Jul/00). La coyuntura actual es dramática no solo para los empresarios sino para muchos sectores sociales. La falta de trabajo y falta de dinero en el mercado y en el bolsillo de las familias bolivianas contrasta con los indicadores de crecimiento que tiene el gobierno (más del 4% de crecimiento del PIB para fines del año 2000 y solo el 6,2% de desempleo para el Ministerio de Trabajo).

Para un análisis crítico de la situación de crisis actual me remito al punto de vista del investigador Alberto Bonadona Cossío que refleja la coyuntura en seis puntos:

- Vivimos una relativa *estabilidad* alejada de la hiperinflación de los años 80.
- Tenemos un Banco Central institucionalmente sólido y con un alto grado de independencia respecto al poder ejecutivo, especialmente con relación al Ministerio de Hacienda.
- Nos encontramos en una *recesión* en la que los precios no tienden a "inflarse". Más bien, la situación general es *deflacionario* donde los precios, por ejemplo, de vender o alquilar una casa han bajado. Donde los salarios han disminuido y otros artículos como la vestimenta y algunos precios de productos manufacturados han caído.
- La economía no está altamente dolarizada, no estamos en una cotidiana especulación de dólares y otras mercancías
- La gran mayoría de la población no tienen un ingreso estable o se ha visto tan disminuido, y con gran temor de gastar.
- Los bancos han aumentado en sus disposiciones de liquidez, porque la demanda de crédito ha disminuido, la tasa de interés activa no desciende y su contabilidad se ve amenazada por una creciente mora y por la insolvencia de sus deudores.

Este es el panorama de la coyuntura actual que se ha agudizado también por los éxitos en el control aduanero y la lucha contra el narcotráfico, sabiendo que estos sectores inyectaban flujos de dinero a la economía. La solución pasa según los economistas por "inyectar confianza al productor nacional y conceder poder de compra al consumidor", "la gente quiere dinero en el bolsillo para solucionar los problemas cotidianos, no para especular con dólares" (Bonadona C., 2000), es decir impulso a la demanda.

c) La situación de la pobreza en el área rural objeto de estudio

La pobreza, según el informe de Desarrollo Humano de la PNUD 1995, es el directo reflejo de la ausencia o escaso acceso a servicios básicos y la crisis de la productividad de las áreas pobres e indígenas, además de a participación en el proceso productivo. "La participación efectiva para el desarrollo humano implica que la gente intervenga estrechamente en los procesos económicos, sociales, culturales y políticos que afectan a sus vidas" (PNUD, 1995). Esta visión de intervención de la gente significa, aplicado a la realidad de las comunidades campesinas, que deben tener oportunidad para aprovechar mejor las ventajas de la economía de mercado. "La gente tiene que tener acceso equitativo a la salud, y otros aspectos de bienestar físico, al igual que a los conocimientos, las aptitudes, la tecnología y la información..." (PNUD, 1995).

Un indicador que usa las Naciones Unidas para medir el desarrollo humano es el IDH, Índice de Desarrollo Humano, que está constituido de la longevidad (medida por la esperanza de vida al nacer), el nivel educacional (medido por la alfabetización de adultos y la tasa bruta de matriculación combinada) y el nivel de vida (medido por el Producto Interno Bruto real per cápita en paridad de poder de compra) (La Prensa, 1999).

El Índice de Desarrollo Humano de la provincia Omasuyos, según el mismo informe de Desarrollo Humano de la PNUD, es bajo (0.4) y vulnerable con relación a La Paz (0.6) y Bolivia (0.59). A pesar de este índice bajo, Omasuyos tiene ventajas comparativas de su sector empresarial, especialmente en sus

costas del lago Titicaca que se ven favorecidas por su extraordinaria localización a orillas del lago para promover mejores perspectivas económicas a diferencia del resto de las áreas rurales en Bolivia que las tienen escasas o simplemente no las tienen.

En resumen, el mapa de pobreza de Huatajata podríamos reflejar en los siguientes puntos:

- Índice de Desarrollo Humano 0,4. PNUD'95
- Educación de la población de 6 y más años: 1636 alfabetos y 540 analfabetos. INE'92
- Nivel de instrucción: 687 personas tienen estudios básicos, 436 estudios hasta Intermedio, 352 a nivel medio, 5 a nivel técnico, 115 a nivel de normales superiores, 15 con estudios universitarios, 477 con ningún estudio y otros 12. INE'92
- Energía eléctrica: 216 viviendas cuentan con energía y 189 viviendas no tienen este servicio. INE'92
- Agua potable a domicilio: 21 casas con cañería dentro de la vivienda, 206 con cañería fuera de la vivienda y 197 sin agua. INE'92

Finalmente, frente a las crisis, el objetivo del desarrollo en las áreas rurales, "no debería ser el bienestar material sino aumentar la libertad de los individuos para vivir como mejor les parezca" (Amartya Sen, 1998). Esta tesis podría entender que el desarrollo de los individuos depende de su libertad de elegir la opción que mejor les parezca en el mundo actual de la economía de mercado, donde el turismo no deja de ser una opción nueva en zonas donde existen recursos turísticos y ofertas turísticas.

1.4. PRODUCTO INTERNO BRUTO(PIB) Y POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA) EN EL CONTEXTO REGIONAL, PROVINCIAL Y LOCAL

a) PIB La Paz por actividad económica

El Producto Interno Bruto (PIB) del Departamento de La Paz, al año 1997, según el INE, es de Bs. 9.267,4 millones de Bolivianos. Los sectores económicos más importantes por su participación en el PIB regional son: 1) los servicios de la administración pública, 2) los establecimientos financieros, seguro, bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas; 3) las industrias manufactureras; 4) los transportes, almacenamiento y comunicación; y en el quinto lugar 5) la agricultura, selvicultura, caza y pesca. (INE, 1999, 322).

Los sectores turísticos involucrados, aunque no explícitamente, en el PIB, de restaurantes y la hotelería, aportan con el 3,8% al PIB regional.

Cuadro No. 8

La Paz: PIB de 1997, según actividad económica
(En miles de Bolivianos)

A. INDUSTRIAS	7.533.751
1. Agricultura, selvicultura, caza y pesca	814.705
2. Extracción de minas y canteras	259.820
3. Industria manufactureras	1.440.681
4. Electricidad, gas y agua	369.782
5. Construcción y obras públicas	331.131
6. Comercio	983.655
7. Transporte, almacenamiento y comunicación	1.427.198
8. Establecimientos financieros, seguro, bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas	1.611.139
9. servicios comunales, sociales y personales	515.410
10. Restaurantes y hoteles	354.570
Servicios Bancarios Imputados	574.340
B. SERVICIOS DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	1.652.929
C. SERVICIO DOMÉSTICO	80.775
TOTAL A VALORES BASICOS	9.267.454

Fuente: INE. Anuario Estadístico de 1999.

b) Población de la Provincia y Población Económicamente Activa del municipio

El Cantón Huatajata, tiene una población de 2501 habitantes al año 2000, y representa solo el 3,39% de la población de la provincia Omasuyos del Departamento de La Paz, y solamente el 4,16% de la población respecto a la sección municipal de Achacachi. (INE, 1999)

Con referencia a la Población Económicamente Activa (PEA), Huatajata participa solo con el 2,4% respecto a la provincia. En términos absolutos, Huatajata cuenta con una PEA de 698 personas activas. El siguiente cuadro permite además ver el detalle de hombres y mujeres con relación a la población y la PEA provincial, seccional y cantonal.

Cuadro No. 9

Población y PEA de la provincia Omasuyos, Municipio de Achacachi y Cantón Huatajata, año 2000.

Sexo	Provincia Omasuyos		Primera Sección Municipal Achacachi		Cantón Huatajata *	
	Población	PEA	Población	PEA	Población	PEA
Hombres	35.234	15.474	28.774	12.577	1156	517
Mujeres	38.432	13.182	31.246	10.233	1345	181
Total	73.665	28.656	60.019	22.810	2.501	698
%	100%	38,9%	100%	38%	100%	27,9%

Fuente: Atlas Estadístico de Municipios de Bolivia. : INE, 1999. Datos proyectados al 2000. Elaboración propia.

* Se infirió en base a la tasa de crecimiento de la Sección Municipal de Achacachi de -0,0516%

c) Población Económicamente Activa (PEA) de Huatajata

A nivel cantonal de Huatajata, las actividades más importantes son: el Comercio 23,2%, la agricultura 22,9% y la enseñanza el 17% de la población que se dedica al profesorado. Donde, el turismo como se muestra en el cuadro que sigue abajo, solo representa el 2,43% de la PEA, tal cual se expresa en el rubro de hoteles y restaurantes (CENSO-INE, 1992).

Cuadro No. 10
PEA de 7 y más años de edad, según sexo y rama de actividad económica

Rama de actividad	Hombres	Mujeres	Total	%
Comercio por mayor y menor	94	68	162	23.20
Agricultura, ganadería, caza	117	43	160	22.92
Enseñanza	100	17	117	16.76
Pesca	75	10	85	12.17
Industrias manufactureras	22	20	42	6.01
Construcción	31	1	32	4.58
Transportes y comunicaciones	27	0	27	3.86
Hoteles y restaurantes	10	7	17	2.43
Administración pública	19	0	19	2.72
Actividades inmobiliarias y empresariales	4	0	4	0.57
Servicios sociales y de salud	2	2	4	0.57
Hogares privados con servicios doméstico	1	2	3	0.42
Otros serv. Comunales, sociales y pers.	1	0	1	0.14
Organos extraterritoriales	1	0	1	0.14
Sin especificar	8	11	19	2.72
Buscan trabajo por 1era. Vez	5	0	5	0.71
Total	517	181	698	100 %

Fuente: En base a datos del CNPV-INE, 1992

Haciendo un análisis del cuadro anterior, la cercanía de Huatajata a la ciudad de La Paz y a la zona fronteriza del Perú, hace del comercio una actividad muy dinámica para un importante número de personas (23% de la PEA), especialmente en el comercio de productos pesqueros en los mercados de la ciudad de La Paz y el Alto. Existiendo también familias que se dedican al comercio de productos agrícolas, pesqueros y carne deshidratada, hacia los valles interandinos como Sorata, Coroico, Chulumani, Caranavi, Irupana, Coripata y otros en los Yungas de La Paz. A nivel local, la Feria campesina de los días Miércoles, genera también intercambios y comercio al por menor de productos agrarios con comerciantes que traen frutas, cítricos y otros.

La producción agraria de Huatajata es parcelaria (minifundio) y autosuficiente, siendo la agricultura la segunda actividad económica del pueblo (22,92% de la PEA), según datos del Censo de 1992. Las zonas más fértiles están localizadas en las orillas del lago y las laderas de los cerros que producen anualmente papa, haba, arveja, oca y otros tubérculos. El total de la población residente de

Huatajata es de origen aymara y se dedica a la agricultura, aun teniendo otras actividades económicas. El ciclo agrícola es dependiente de las lluvias, con amplio uso de fertilizantes e insecticidas. En invierno se aprovecha las heladas para procesar manualmente la obtención de productos deshidratados de la papa como el *chuño*, la *tunta* y la *caya* (productos nativos que son aprovechados por el sector gastronómico).

La enseñanza es una actividad sin duda peculiar de sus habitantes ya que el 16.76% (INE, 1992) de la población económicamente activa se dedica al profesorado, siendo en su mayoría profesores titulados de las normales superiores de Simón Bolívar, Warisata y Santiago de Huata.

Otra actividad importante es la pesca artesanal. Existen alrededor de 75 personas que se dedican a esta actividad primaria, siendo el 12.17% de la PEA (INE, 1992). La jornada de pesca normalmente se inicia al amanecer y concluyen al medio día. Entre las especies ictiológicas que pescan están las *Orestias luteus* (karachi), *Orestias agassii* (quellunchu), pejerrey, trucha, *Trichomycterus* (mauri) y otras especies nativas. La pesca se realiza utilizando redes fijas y redes de arrastre.

Desde el punto de vista de la ocupación de sus habitantes, las estadísticas del Censo del INE de 1992 de la población de Huatajata, reflejan que la mayor parte de su población es mayoritariamente agricultor, comerciante y técnicos profesionales de nivel medio, cubriendo juntos el 75% del empleo local. A la agricultura se dedican el 34,67% de la población, al comercio en general el 24,49% y a actividades profesionales (profesorado) el 16,04%. (INE, 1992)

El empleo turístico no está catalogada dentro de las ocupaciones del censo, de modo que los datos del INE, son insuficientes para determinar, cuántas personas y familias se dedican al turismo ya sea directamente o indirectamente. De este modo está plenamente justificada nuestro propósito de saber cuántas personas

se dedican al turismo en Huatajata y proyectar a los beneficiarios del turismo, que económicamente es importante para la localidad.

Cuadro No. 11

PEA de 7 y más años de edad, según sexo y ocupación

Ocupación	Hombres	Mujeres	Total	%
Trabajadores agrícolas, forestales y afines	190	52	242	34.67
Trabajadores de servicios, vendedores y afines	100	71	171	24.49
Técnicos y profesionales de nivel medio	95	17	112	16.04
Artesanos y operarios de oficios	53	21	74	10.60
Operarios de máquinas e instalaciones	25	0	25	3.58
Peones y trabajadores no calificados	15	7	22	3.15
Empleados de oficina y afines	10	2	12	1.71
Fuerzas Armadas	7	0	7	1.0
Directivos de gobierno y de empresas	6	0	6	0.85
Profesionales científicos intelectuales	2	0	2	0.28
Sin especificar	9	11	20	2.86
Buscan trabajo por primera vez	5	0	5	0.71
Total	517	181	698	100 %

Fuente: En base a datos del CNPV-INE, 1992

1.5. ANÁLISIS SOBRE LA REFORMA ESTRUCTURAL, LA PARTICIPACIÓN POPULAR Y DESCENTRALIZACIÓN

a) Breve mirada hacia atrás

Desde los años 70, Bolivia ha vivido cuatro periodos con situaciones distintas. La década del 70 al 80 se caracterizó por un crecimiento sostenido de la economía nacional en momentos donde las exportaciones bolivianas tenían real impacto en el ingreso nacional.

Desde 1982 a 1985, pese al retorno de la democracia, el país ha vivido un periodo de crisis económica caracterizada por un alto proceso de inflación que superó el 1000%, habiendo desestabilizado casi completamente la situación social y económica del país.

Frente a esta situación, vino una tercera fase cuyo origen fue la Reforma Estructural donde el Decreto Supremo 21060 dio paso a las leyes del mercado, orientando la economía hacia el exterior, sustituyendo el modelo "hacia adentro" y dando al sector privado una mayor participación en actividades productivas. ¿A qué costo? A un costo social muy alto; "relocalización" minera y despidos masivos. Con este Decreto, el Estado inicia la destrucción del "Estado Productor" y se elimina el concepto de "estado asistencialista" que hasta entonces controlaba el aparato productivo. Este periodo permitió la recuperación de la estabilidad económica, como dijimos, a un costo social muy alto para los bolivianos.

Ahora, desde 1994, Bolivia vive el proceso de la Reforma Estructural caracterizada por la Reforma a la Constitución Política del Estado, la puesta en vigencia de nuevas Leyes como la Ley de Participación Popular, Ley de Descentralización, Ley de Capitalización, Ley de Reforma Educativa, Ley INRA, Ley del Medio Ambiente, y otros., que dan un nuevo marco jurídico, político, económico y social al país.

Para el propósito de esta tesis, tienen real importancia la necesidad de hacer un análisis de la Ley de Participación Popular y la Ley de Descentralización para ver qué resultados ha arrojado en el desarrollo local y turístico de Huatajata.

b) Participación Popular y Descentralización

La Ley de Participación Popular No. 1551 (se aprobó el 20 de abril de 1994) tiene principalmente tres objetivos: a) promover y consolidar el proceso de participación popular articulando a las comunidades indígenas, campesinas y urbanas, b) Mejorar la calidad de vida con una justa distribución de los ingresos de coparticipación tributaria y mejor (directa) administración de los recursos por parte del pueblo, y c) perfeccionar la democracia, facilitando la participación ciudadana y garantizando la igualdad de oportunidades.

Los logros y conquistas globales de la Participación Popular, que podemos destacar para nuestro análisis, son cuatro: 1) El más importante, es que los municipios reciben una distribución igualitaria de los recursos de coparticipación tributaria por habitante, es decir acorde de la cantidad de población. 2) Eliminó las diferencias entre habitantes de ciudades y el campo, reconociendo la personalidad jurídica a las comunidades campesinas, pueblos indígenas y juntas vecinales, como Organizaciones Territoriales de Base (O.T.B.) tanto urbanas y rurales, y reconociendo como representantes de las OTB a hombres y mujeres, Capitanes, Jilacatas, Curacas, Mallcus, Secretarios(as) Generales y otros(as), designados(as) según sus usos, costumbres y disposiciones estatutarias. 3) El haber delimitado como jurisdicción territorial del Gobierno Municipal a la Sección Municipal. Y finalmente, 4) El haber dado la potestad a los municipios para generar sus ingresos propios.

Después de seis años de la vigencia de la ley de Participación Popular, los resultados en términos de desarrollo del campo no son de los mejores:

- Los Gobiernos Municipales, han favorecido principalmente, a los centros poblados o capitales, en el mejoramiento de la infraestructura social como ser: construcciones de plazas, campos deportivos, centros de salud, establecimientos educativos, caminos vecinales, microrriego, y otros, existiendo descuido y falta de atención a las comunidades. De este modo, los más favorecidos son los que viven en las capitales porque permitió la dinamización de la economía con el establecimiento de pequeños negocios.
- Hasta ahora, la inversión en obras productivas y el fomento a las actividades económicas de las secciones municipales son muy pobres y en muchos casos ausentes, a pesar de que la Ley establece que el 25% del presupuesto de coparticipación debe estar destinado al sector productivo.
- El turismo, puntualmente, si bien se encuentra dentro de las actividades potenciales para el desarrollo de algunas comunidades donde existen

atractivos, no ha merecido su atención por desconocimiento de la gestión turística a nivel local.

- Otro de los resultados de estos años de experiencia municipal fue la politización de los gobiernos municipales que por intereses partidarios llevaron a cambios permanentes en la administración de Alcaldes y Presidentes de Consejo. Este problema sin embargo fue subsanada por la Ley de Municipalidades No. 2028 que evita que los gobiernos municipales sean cambiados frecuentemente.
- Quizás, el aspecto negativo más importante fue/es la mala administración de recursos de coparticipación, principalmente, por desconocimiento de las normativas de la Ley SAFCO.

La Ley de Descentralización Administrativa No. 1654, aprobada el 28 de julio de 1995, entra en vigencia el 1ro. de enero de 1996. Lo más importante de esta Ley es que, permite a las regiones autonomía y control administrativo para formular y ejecutar planes de desarrollo. Con relación a la actividad turística la Ley, transfiere a las prefecturas y municipios las actividades relacionadas con el turismo, en su artículo 5to. da atribuciones para formular y ejecutar programas y proyectos de inversión pública específicos, como el de la promoción turística departamental. En materia de Régimen Económico se crea el Fondo Compensatorio Departamental; asigna a los Departamentos "pobres" el 25% de la recaudación del IEH, además de transferencias extraordinarias del TGN.

Al presente, los únicos beneficios destacables para el fomento del turismo en el departamento son tres estudios de preinversión encargados a empresas extranjeras: uno sobre el lago Titicaca, otro sobre la Cordillera Real y un tercero sobre la valoración turística de Tiwanaku; en el que la Prefectura participó con una contraparte al financiamiento de la AECI y el BID. Otros proyectos destacables de los últimos años son los relacionados a carreteras turísticas como ser el pavimentado de la carretera Tiquina - Copacabana, El Alto -

Desaguadero, la construcción del camino Cotapata - Santa Bárbara, en algunos casos inconclusos, entre otros proyectos menores sin impacto mayor.

Finalmente, en el POA 2000 de la Prefectura se puede destacar partidas presupuestarias para la ejecución de la señalización turística del lago Titicaca, promoción turística y planificación de las cuatro regiones de La Paz, que no están en ejecución, excepto el de señalización.

1.6. ALCALDÍA DE ACHACACHI: INGRESOS POR COPARTICIPACIÓN, RECURSOS PROPIOS, GASTOS, INVERSIÓN PÚBLICA POR SECTORES Y BENEFICIOS EN EL CANTÓN HUATAJATA

La Primera Sección Municipal de Achacachi, al cual pertenece la población de Huatajata, tiene al año 2000, según el Instituto Nacional de Estadísticas de Bolivia (INE,2000), una población total de 60.050 habitantes; donde la Población Económicamente Activa (PEA) alcanza al 38,0%. Para fines complementarios de información de la tesis, conviene referir que es necesario saber cuatro aspectos de interés: ¿a cuánto asciende los ingresos por recursos de coparticipación tributaria y propia del municipio desde la vigencia de la Ley?, ¿cómo se distribuye la inversión pública por sectores?, ¿ha favorecido al turismo?, ¿qué cantidad de recursos se invirtió en Huatajata?, y finalmente, ¿cuál es el aporte económico de las actividades económicas de turismo de Huatajata al Municipio?.

Los ingresos por coparticipación tributaria a la Alcaldía de Achacachi en el periodo de 1993 – 1999 refleja la suma de 45.5 millones de Bolivianos, casi equivalente a 7,2 millones de dólares. Por otra parte, sus ingresos por recaudaciones propias, es decir por impuesto a la propiedad de bienes inmuebles, vehículos automotores, transferencia de inmuebles, tasas por servicios, patentes por actividades económicas y otros ingresos no tributarios; asciende en el mismo periodo a 598,8 mil bolivianos, reflejándose poca capacidad de generación de ingresos propios.

Cuadro No. 12
Ingresos de la primera Sección de Achacachi por coparticipación,
ingreso propios y gastos., en Bolivianos Corrientes

Años	a1993	b1994	c1995	d1996	e1997	f1998	g1999	Totales 1993- 1999
Coparticipación	18.841	2.037.922	4.639.439	7.451.920	8.922.200	10.580.92 5	11.932.67 4	45.583.92 1
Ingresos propios	0	53.524	0	175.000	251.883	16.429	101.979	598.815
Total	18.841	2.091.446	4.639.439	7.626.920	9.174.083	10.597.35 4	12.034.65 3	46.182.73 0
Gasto	0	2.046.247	2.222.202	13.926.32 4	9.539.078	No disponible	No disponible	n.d.

Fuente: Viceministerio de Participación Popular. Participación Popular en Cifras. Vol. III. 2000. La coparticipación del 2000 corresponde solo al desembolso de enero-agosto. * SIIM HAM Achacachi. 2000. Elaboración propia.

La fila del gasto refleja, en cifras globales, los gastos corrientes y los gastos de capital, que el municipio ha invertido en diferentes periodos. Siendo el gasto corriente aquello que comprende los servicios personales, servicios no personales, materiales y suministros, transferencias corrientes, impuestos, depreciaciones y beneficios sociales y otros. Mientras los gastos de capital son el gasto por la adquisición de activos reales, financieros y transferencias de capital, servicio de la deuda pública y disminución de otros pasivos.

Por otra parte, la clasificación de la inversión pública destinada por el municipio de Achacachi en 4 gestiones (1994-1997) no ha invertido en absoluto recursos de preinversión ni inversión en el sector turístico, notándose una total falta de coherencia en la ejecución de las inversiones, ya que una de las principales vocaciones del municipio es justamente el turismo, principalmente en la zona lacustre.

Cuadro No. 13

Inversión Pública Municipal de Achacachi según Sector, 1994-1997, en Bolivianos Corrientes

Sectores	A1994	B1995	C1996	D1997	Totales	%
Agropecuario	0	39.329	0	217.807	257.136	2.5
Industria y Turismo	0	0	0	0	0	0.0
Energía	32.760	372.462	0	353.724	758.946	7.4
Transporte	0	226.644	0	167.882	394.526	3.8
Comunicación	0	46.000	5.301	24.463	75.764	0.7
Salud	0	34.433	0	257.218	291.651	2.8
Educación	78.952	517.512	1.083.641	804.719	2.484.824	24.3
Saneamiento Básico	144.419	240.868	454.604	1.480.842	2.320.733	22.7
Urbanismo	61.678	449.546	999.711	2.088.021	3.598.956	35.2
Recursos Hídricos	0	0	0	22.437	22.437	0.2
Multisectorial	0	9.315	0	0	9.315	0.09
Total	317.809	1.936.109	2.543.257	5.417.113	10.214.288	100

Fuente: Viceministerio de Participación Popular. Participación Popular en Cifras. Vol. III. 2000. Elaboración propia.

Como es sabido, la inversión pública es el gasto de recursos de origen público destinado a incrementar, mejorar o reponer la existencia de capital físico de dominio público y/o de capital humano, con el objeto de ampliar la capacidad del país para la presentación de servicios o producción de bienes. El concepto incluye todas las actividades de preinversión e inversión que realizan las entidades del sector público. Art.8 (normas Básicas del Sistema Nacional de Inversión Pública)

Como se muestra en el cuadro anterior, el turismo no mereció ningún tipo de atención por parte del gobierno municipal. Por tanto, es tan obvio la ausencia de planes, programas y proyectos turísticos. De esta forma, los datos nos permiten concluir que Huatajata, como centro turístico, está absolutamente descuidada a pesar de existir en ella una alta inversión de sectores privados y locales.

Por otra parte, la participación popular ha beneficiado muy poco al desarrollo o al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de Huatajata. Gran parte de los proyectos de inversión, no turísticos, han estado orientado a subsanar básicamente dos aspectos agua potable y construcción de sedes sociales,

notándose una ausencia de política de apoyo al sector productivo de los servicios.

Cuadro No. 14

Inversión pública que benefició al Cantón Huatajata en 1997, 1998 y 1999, en Bolivianos

Año	Proyectos	Inversión
1997	Equipo de transporte de Huatajata	21.031
	Muro perimetral de Huatajata	1.997
	Construcción mingitorio de Huatajata	3.997
	Adquisición postes de Huatajata	7.819
	Total	34.844
1998	Muro perimetral de Huatajata	20.572
	Ampliación agua potable de Sankawira	29.037
	Construcción de gaviones de Huatajata	24.075
	Sede Social de Tajara Grande	39.749
	Sede Social de Chilaya	21.387
	Total	134.820
1999	Refacción Colegio Huatajata	9.123
	Construcción sistema agua potable Tajara Suañaca 1º y 2º fase	62.188
	Ampliación sistema agua potable Tajara Chico	10.858
	Ampliación sistema agua potable concl. Sancahuira Gr.	725
	Construcción letrinas Sancahuira Gr.	15.316
	Construcción de gaviones de Huatajata	487
	Construcción sistema agua potable Mocomoco	3.937
	Construcción sistema agua potable 1º fase Chilaya Grande	17.127
	Construcción de letrinas 2 zonas Chilaya Gr.	14.034
	Construcción de letrinas a domicilio en Huatajata	10.094
	Letrinización Chilaya Chico	7.134
	Construcción Sede Social de 2º fase Tajara grande	198
	Construcción Sede Social 2º fase Chilaya Grande y Chico	9.051
	Construcc. 2º fase Se Social Sancahuira Chico	9.981
	Construcción Sede Social 2da. fase Centro Chilaya	22.904
Total	193.157	

Fuente: Contaduría General del Estado – Ministerio de Hacienda. 2000. No se cuenta con informes de gastos en detalle de 1994, 1995 y 1996.

Finalmente, es necesario subrayar que a nivel del municipio, continúan las deficiencias en el sistema de administración de bienes y servicios, no cuenta con una buena base de datos. El SIIM (Sistema de Impuestos e Ingresos Municipales) implementado en el municipio desde 1998 tiene severas

disfunciones. Las actividades gastronómicas por equivocación se encuentran empadronadas como actividades independientes y profesionales, y lo más irregular, los restaurantes de Huatajata están clasificadas como "farmacias". El análisis personalizado de cada restaurante refleja los siguientes datos: el 100% de los propietarios empadronados (5) no pagan sus patentes de funcionamiento desde 1998; nueve establecimientos de restauración y los establecimientos de hospedaje no aparecen empadronados en el municipio, por tanto se evaden impuestos. La principal razón, averiguada en trabajo de campo, del por qué no se cumple con las normas establecidas, es la elevada suma que deben pagar; por ejemplo, un restaurante pequeño debe hasta mil bolivianos cada año. Pese al problema, el sector "turístico" no aporta por concepto de patentes; pero sí, por concepto de impuesto a la propiedad de bienes inmuebles.

2. ENFOQUE DEL MODELO ECONÓMICO

2.1. EL FUNCIONAMIENTO DEL TURISMO EN EL MERCADO

El turismo como actividad terciaria de la economía, "ha ido formando una trama de relaciones que caracterizan su funcionamiento. Estas relaciones forman un sistema". El funcionamiento del modelo "se origina en el encuentro de la oferta con la demanda turística a través de un proceso de venta del llamado producto turístico, que junto a la infraestructura forman la estructura de producción del sector,... -donde la superestructura turística constituida por organismos especializados del sector público y privado tienen la función de controlar la eficiencia del sistema vigilando su funcionamiento e interrelación de las partes." (Boullón C., Roberto, 1990; 31).

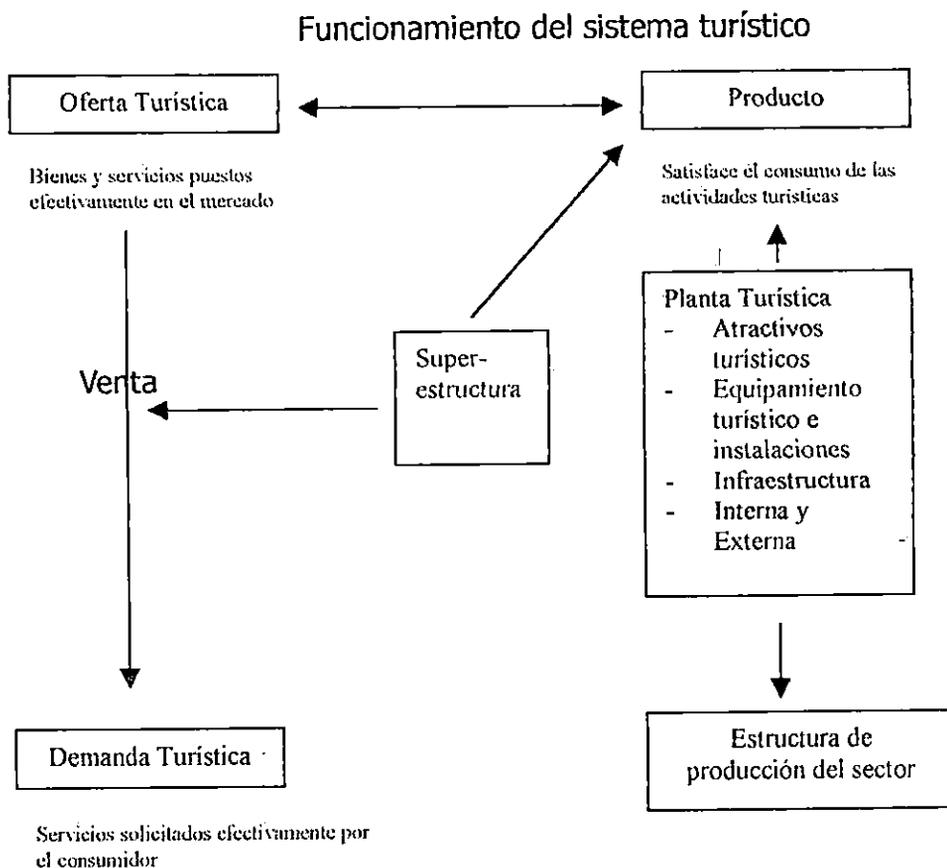


Fig. 3. Fuente: Boullón, Roberto C. 1990, 32

Lo que interesa observar del modelo es su rendimiento, "El rendimiento de cualquier actividad económica se mide cuantificando las ventas de cada uno de los productos que elabora, sobre el total de la producción, ... lo que interesa conocer es la suma total de los consumos..." (Boullón, 1990). De esta forma, la demanda más que cantidad de visitantes, es la cantidad de servicios o consumos efectivamente realizados, gasto turístico en un centro turístico.

La oferta es otro componente central, en la relación del sistema, "el análisis económico entiende la oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado" (Boullón, 1990, 34). La característica básica de la oferta turística siguiendo a Boullón es que "el servicio, sino se vende, se pierde, porque los servicios no vendidos no se pueden acumular". De esta forma, la demanda y la oferta se encuentran en el mercado para hacer efectiva las transacciones, donde el servicio se vende en términos de "producto turístico" que puede estar constituido por actividades, paseos o tours. Para este cometido, tal como se muestra el cuadro anterior, se requiere del proceso de producción que resulta de la combinación de servicios turísticos (equipamientos), atractivos e infraestructuras y otros factores.

2.2. LA GLOBALIZACIÓN Y MERCADO

Si el turismo es economía de mercado, no podemos dejar de referirnos al modelo económico e ideológico conocida como neoliberal, que surgió como "reacción teórica y práctica en contra del Estado de Bienestar. Sus grandes teóricos e impulsores fueron Federico Von Hayek, Milton Friedman y Karl Popper, inspiradores y propulsores de la llamada Escuela de Chicago" (G. Iriarte, 1999; 157).

El turismo es parte del mercado, y como tal es parte hoy de la globalización del mercado. El modelo en el cual se mueve el turismo es el mercado, donde, "La globalización es, fundamentalmente, un nuevo reparto de, a la vez privilegios y ausencia de derechos, riqueza y pobreza, posibilidades de triunfo y falta de

perspectivas, poder e impotencia, libertad y falta de libertad" (U. Beck, Paidós Barcelona, 1998 citado por Iriarte, 1999); es decir, una separación del mundo de ricos y pobres.

La globalización como paradigma actual "es un fenómeno 'cíclico' que se alterna con períodos de desarrollo nacional, producto de políticas estatales vinculadas a instituciones económicas internacionales..., el auge del globalismo es producto en gran medida, de la aplastante derrota de la clase obrera, el campesinado, y los pequeños empresarios a manos de las fuerzas capitalistas que desde el poder, imponen políticas contrarias al 'Estado de Bienestar', con el consiguiente descenso del nivel de vida, y crean incentivos estatales para promover las estrategias de exportación" (James Petras, 1998)

Las crisis económicas, la pobreza extrema actual de los pueblos del cual hablaremos en el siguiente punto (3.) es producto justamente de la globalización. ¿Qué propugna el modelo de mercado?. "propugna la supremacía absoluta de un mercado mundial libre, desembarazado casi por completo, de cualquier regulación destinada a salvaguardar el bien común y abandonado a la competitividad de intereses individualistas, en el que cada uno intenta obtener el lucro máximo posible sin limitación alguna y sin consideración hacia los más débiles y desamparados" (XVIII Congreso de Teología, Madrid septiembre de 1998. En Iriarte, 1999).

Esta lectura teórica del modelo global, permite acercarnos también al individualismo del mercado turístico, donde no todos se favorecen por el turismo; sino que ésta depende de factores de atracción (lugares donde existen atractivos), empresas, personas o sectores que dinamizan la actividad, que por ende se benefician de ella. El modelo de mercado "...en el fondo, esconde una lucha despiadada del más fuerte y poderoso, contra el más débil y marginado" (Petras, 1998). Esta situación se observa porque los poderosos están constituidos por "empresas mayoristas" que tienen control del mercado o mercados, mientras las "empresas minoristas" o locales sobreviven como proveedores o vendiendo boletos.

Siguiendo, el análisis de la corriente teórica del mercado, "el ideario neo-liberal no se limita a atacar al Estado de Bienestar, sino incluso llega a aceptar que la desigualdad es un valor positivo para el crecimiento y la acumulación de recursos" (P. Iriarte, 1999). Es decir se afirma, que en la situación actual, no es posible la igualdad, tiene que existir la desigualdad para crear mayor riqueza. Haciendo siempre nuestra comparación con turismo, no se puede pretender que todos sin excepción vivan del turismo o se beneficien directamente, la desigualdad en turismo es una condición determinada por factores turísticos como los atractivos y las infraestructuras.

Visto el mercado de una manera racional y frío, las consecuencias también arrojan grandes diferencias, "el efecto más negativo, desde el punto de vista humano y económico, es el aumento de la desigualdad en la distribución del ingreso. Según el Banco Mundial, en algunos países de América Latina, el 10% más rico de la población tienen hasta 84 veces mayores ingresos que el 10% más pobre. Desde que el 'modelo' está vigente, la desigualdad económica ha ido aumentando en forma constante y generalizada" (Iriarte, 1999). Las desigualdades no solo se dieron en los países pobres sino también en los ricos. El proceso de exclusión se nota en el desempleo y subempleo creciente. Por otra parte, la exclusión no solo es económica sino es también social y racial.

El mito optimista del neoliberalismo: "que cada uno persiga y consiga el máximo lucro individual y la mano invisible del mercado, solucionará los intereses de todos, comienza a ser cuestionado por los propios impulsores del modelo" (Iriarte, 1999, 23).

"El paradigma del mercado es indispensable, según Iriarte, dentro del ordenamiento económico moderno, pero cuando se lo totaliza, se vuelve en contra de la vida humana, si la totalización del Estado llevó al totalitarismo, la totalización del mercado, nos lleva hacia un nuevo totalitarismo". Esta posición está encabezada por la Doctrina Social de la Iglesia.

Por otra parte, el modelo, tiene sus raíces en el capitalismo, de la Escuela de Chicago, donde el capitalismo es la matriz de la globalización, al igual que el modelo neoliberal y la universalización del mercado. El modelo neoliberal no solo es corriente económica sino ideológica. De esta forma, el mercado como espacio constituido por la oferta y la demanda, se rige por la economía libre de mercado, en el que al mercado se la considera como el mejor asignador de recursos. En esta lógica, la eficacia y la competitividad se han transnacionalizado. Desde el punto de vista crítico, los mecanismos que rigen la economía actual, son autocráticos y absolutamente verticales.

En esta corriente económica que es el paraguas en el que también se mueve el turismo, se globaliza, según G. Iriarte, la liberación de los mercados, la especulación financiera, el consumismo, las tecnologías de punta, etc. Lo negativo, promueve la desigualdad y amplía la frontera de ricos y pobres; lo positivo, las tecnologías permiten vivir los acontecimientos del mundo con mayor cercanía y creciente interés; lo preocupante, es que el modelo puede afectar la rica diversidad étnica, religiones, cosmovisiones, valores comunitarios aún vigentes, la solidaridad de los pueblos indígenas y campesinos, aunque disminuidos persisten, etc.

2.3. LA COMPETITIVIDAD ECONÓMICA

La sobrevivencia en el mercado turístico depende actualmente de la competitividad económica de las empresas. Los que tienen fuerza y poder en el mercado están constituidos por los T.T.OO. internacionales y las grandes compañías transnacionales de turismo (E.Bordas, 2000) que trabajan en cadenas con otras compañías o empresas en cada país. Los débiles y marginales son empresas pequeñas con pocas inversiones y que luchan, en sentido figurado, por controlar el mercado no organizado, comúnmente denominado de mochileros o de turistas que viajan de forma independiente, que son mayoría, por lo menos más del 60% (Senatur, 1997).

Según Michael Porter, el éxito de cualquier sector industrial y de servicios, depende de las reglas de la competencia determinadas por las cinco fuerzas competitivas: a) los competidores potenciales, b) la rivalidad entre los competidores existentes, c) la amenaza de la aparición de sustitutos, d) el poder de negociación de los compradores, y e) el poder de negociación de los proveedores (M. Porter, 1996; 23). La gestión eficiente o ineficiente de las cinco fuerzas, hace a unos fuerte y poderoso, y a otros débiles y marginados. Ejemplo: Las empresas pequeñas y locales normalmente trabajan como proveedores y están sometidas a los precios que establecen los TT.OO. nacionales.

Siguiendo con la interpretación de las cinco fuerzas de Porter, dependiendo de la zona geográfica, estas pequeñas empresas, muchas veces no definen sus precios, porque la demanda tiene mayor capacidad de negociación. En el sector turístico, existe una fuerte rivalidad entre las mismas, abriendo la posibilidad de que nuevas empresas con mejor visión entren a competir. Al disminuir la fuerza de las empresas, disminuye la fuerza del "producto turístico" y existe la posibilidad de sustitutos. De esta forma, estos destinos turísticos frágiles, normalmente trabajan con bajos precios, que no garantiza retornos deseados de rentabilidad. Por tanto, limita las nuevas inversiones, disminuye la calidad de los servicios, no garantiza la contratación de personal calificado y no permite la implementación de nuevas tecnologías.

Con este ejemplo, está claro que el modelo de la economía de mercado, encuentra compitiendo a los individuos o empresas por la demanda. Esta misma situación a nivel micro o local, como en Huatajata se replica con la diferencia de que el modelo se aplica a una realidad más pequeña que puede encontrar una situación distinta en demanda y tipo de ofertas y empresas locales.

Por otra parte, el modelo de economía turística, básicamente depende de la existencia de demanda que "busca satisfacciones, experiencias y sensaciones" (THR, Plan de comercialización turística de Bolivia, 2000) y la oferta turística de

recursos y servicios que hagan posible cumplir con las expectativas y motivaciones de la demanda.

Finalmente, los actores si bien están "constituidos por el municipio, la empresa privada, el sector público, la población local" (Consultur, 1997), tienen a la empresa turística como centro del modelo, de esta manera, continúa vigente el objetivo de "Impulsar a la empresa privada y aprovechar en forma inteligente recursos turísticos con objeto de concretar la potencialidad del turismo como incentivo para el crecimiento económico" (Secretaría General de la OEA, Programa de Desarrollo Turístico CICATUR, No.1, 1979). El crecimiento económico, entendido principalmente como mayores recursos o divisas que favorezcan la economía de las zonas turísticas.

2.4. LA ECONOMÍA CAMPESINA

En Bolivia, el modelo de mercado, se introdujo en las áreas rurales, con la Ley de Reforma Agraria desde 1953 que *"ha generalizado a un extremo improductivo el minifundio, al mismo tiempo, han surgido muchos latifundios improductivos, particularmente en el norte y el oriente del país"* (Urioste, M., 1992,99).

Nuestra interpretación es que, el Estado liderizó el proceso del minifundio campesino, poco productivo y autogestionario (tan evidente sobre todo en la región del lago Titikaka) que causó de forma acelerada la emigración del campesino a las ciudades produciendo a su vez crisis urbana en infraestructuras y servicios. "El campesino tradicional se incorporó rápidamente a una economía más monetarizada, primero porque la mayor parte de los alimentos para el consumo interno del país provienen de los campesinos y pequeños agricultores (indígenas) que de esta manera mantienen una relación más intensa con las ciudades. Segundo porque el mercado fue introduciendo nuevas necesidades de consumo rural y nuevos productos, los que presionan sobre el agricultor a reorientar su producción y sus hábitos de consumo. Y Tercero porque aparecen

nuevos rubros agrícolas con buenas perspectivas de mercado” (Albó, X. et.al., 1990, 37)

La situación actual de campo siguiendo a Albó se fue debilitando por varias razones, entre ellas, porque: “La siembra y la cosecha en las áreas con minifundio o actividades agrícolas, requieren mayor participación de la familia y aún más. La baja productividad llevó a la subsistencia y decadencia de las comunidades campesinas. Los cultivos en las áreas rurales requieren que el campesino esté más estable, lo que no ocurre hasta ahora. El ganado exige mayor cuidado durante todo el año lo que lleva a mayor dedicación para garantizar una productividad alta y excedentes. El campesino está obligado a diversificar sus actividades entre ellas actividades artesanales, recolección, intermediación, - servicios -, viajes o trabajos temporales en centros mineros y urbanos. La baja productividad y la baja tasa de ocupación población de las áreas rurales conduce a migraciones temporales, sobre todo en épocas de no siembra y no cosecha” (Albo, 1992).

Finalmente, decir que en nuestro país, la reforma agraria pasó a llamarse hoy la Ley N° 1715, INRA, promulgado el 18 de octubre de 1996, que moderniza la relación del campo y la ciudad con algunos elementos de reconocimiento de valores propios de la identidad, terminando de incorporar definitivamente lo rural al mundo urbano mercantil globalizado de hoy.

Esta breve relación de la problemática rural permite concluir que desde 1953 la economía campesina sobre todo en el occidente se debilitó por la individualización de la propiedad, produciendo eclosión social hacia las ciudades, coyuntura que incorporó rápidamente las economías campesinas, al mundo de la economía de mercado. Un salto que provoca un shock a la economía del pequeño productor, desde entonces.

2.5. LA PARADOJA ENTRE "SOLIDARIDAD" E "INDIVIDUALIDAD"

Las economías locales de las áreas rurales se han caracterizado por la vigencia de la *lógica comunitaria* donde claramente es posible observar dos variables: La reciprocidad y la redistribución, estudiada en el libro de la Dialéctica del Don de Dominic Temple. 1986.

"La lógica comunitaria o andina se fundamenta en: la reciprocidad, la redistribución, el control vertical y complementario de diferentes pisos ecológicos y ecosistemas, el trabajo familiar y el trueque" (Sánchez, S., 1994, 25).

La *reciprocidad* se entiende como lógica social de cooperación y correspondencia mutua (Temple, 1986). Un sistema que funcionó y funciona como tradición familiar y comunitaria de apoyo y colaboración entre los miembros de una comunidad en distintas actividades principalmente relacionadas con las siembras y las cosechas. La reciprocidad en la economía campesina de Huatajata se ejerce aún en prácticas de prestación de servicio en mano de obra para actividades emergentes de la agricultura, pesca, ganadería y la organización de fiestas tradicionales.

Siguiendo, la lógica de temple, la *redistribución* en la economía campesina, básicamente se entiende como el compartir la riqueza anual o acumulada por los miembros de la familia o la comunidad mediante actividades que refuerzan la posición social. "Un sistema por el cual se adquiere prestigio social en base a la redistribución" de las ganancias en especies aprovechando una posición ya sea de organizador de fiesta o siendo autoridad local donde la familia comparte con el pueblo comida, bebida y música.

En esta lógica andina, *Según D. Temple*, logran tener mayor prestigio social los agentes sociales que han derrochado una considerable cantidad de recursos materiales en las diferentes fiestas y ritos que se realizan en las comunidades, las personas que han cumplido con hacer cargos de autoridad comunal y

obligaciones sociales como haber sido *preste* (con este nombre se conoce al organizador de una fiesta comunitaria en la cultura aymara) de una fiesta. Es decir, el poder se basa en el Don (poder basado en el prestigio social).

Esta lógica andina en la economía local se refleja en la solidaridad de la comunidad con relación a sus miembros principalmente.

Por otra parte, "*Lógica de Mercado* o la occidental se fundamenta: en el *intercambio*, en la compra y venta de la fuerza de trabajo, y principalmente en la producción de mercancías y la *acumulación* del plusproducto" (Sanchez S., R., 1994, 25).

El *intercambio* es básicamente la circulación de dinero para diferentes transacciones. La fuerza de trabajo es aprovechada mediante el precio del mercado, los bienes agrícolas se adquieren en los mercados de las ciudades, todo el sistema económico gira entorno al dinero. Aquí podríamos decir que desaparece la solidaridad o la reciprocidad. Las actividades se realizan y son el resultado del intercambio de mercancías (monetario - producto).

La *acumulación* consiste en acumular dinero que se gana por un tiempo determinado para demostrar poder y también prestigio. En esta lógica se logra el prestigio social mediante la acumulación de bienes. Es decir, el poder se basa en quien tiene más dinero y más bienes, autos, terrenos, fábricas, tiendas, etc. En esta dimensión de lógica urbana u occidental es poco probable adquirir prestigio social sino se tiene poder económico. Una lógica diferente a la lógica aymara.

En la economía de mercado, las poblaciones rurales vinculadas a las ciudades como en el caso de Huatajata, las familias se tornan hacia un individualismo típico del modelo, perdiendo fuerza la solidaridad comunitaria de la *lógica andina*. Un proceso en desarrollo que enfrenta la tradición económica por ejemplo del trueque entre productos con la transacción del dinero. Sin embargo, las economías locales a pesar de la permanente adaptación al sistema de

mercado aún mantienen lazos con las costumbres y tradiciones que en eventos como las fiestas locales se imponen al mercado

El turismo, siguiendo la lógica mercantil, es una actividad que promueve intercambio y acumulación de dinero. Este factor puede lograr una combinación ventajosa, convirtiendo al turismo en una actividad alternativa frente a la crisis de las economías locales.

3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

3.1. EL DESARROLLO LOCAL Y EL TURISMO FAMILIAR

El desarrollo local debería entenderse como un proceso sostenible que busca el mejoramiento de las condiciones de vida de una comunidad, con transformación productiva de la economía local; con uso racional de recursos (humano, natural, físico, financiero); con conservación del patrimonio cultural y medio ambiental; sin poner en riesgo la satisfacción de las necesidades de las futuras generaciones y en un marco de equidad con creación de oportunidades y participación social en la toma de decisiones, de acuerdo al concepto de desarrollo sostenible de la Ley de Medio Ambiente de Bolivia..

La capacidad económica del turismo, en tanto *redistribuidora* del gasto, con capacidad para dinamizar las economías campesinas estancadas o en crisis, es un factor que si se planifica, garantiza la conservación de recursos turísticos naturales y culturales de la comunidad campesina, además de mejorar la autoestima de los residentes, mejora las infraestructuras y los servicios cuyo resultado definitivamente ayuda a salir de la pobreza y paliar la crisis agraria. Frente a esto ¿Quiénes son los actores de este desarrollo?. Un "Grupo de personas que adoptan la decisión de iniciar un proceso de acción social (mediante una intervención planificada), para cambiar -mejorar- su situación económica, social, cultural o ambiental" (Chistenson y Robinson, 1996; citado en *Desarrollo turístico sostenible. Guía para planificadores locales*. OMT, 1996)

Las mayores posibilidades de desarrollo local para las economías rurales, sobre todo en lugares cerca de la ciudad es el turismo interno, cuya demanda está concentrada en lo que llamaríamos el turismo familiar que es un segmento de turismo en el cual el alojamiento, las comidas, las actividades de ocio y los precios están especialmente adaptados para satisfacer las necesidades y comodidad de las familias con niños.

Para el *mercado del turismo familiar*, un destino turístico cualquiera sea Huatajata u otro en cualquier parte o país debe perseguir una gestión de calidad. Para esto, el programa LEADER de la Unión Europea en un seminario llevado a cabo en Pillerseetal, Tirol, Austria en 1999, presenta un documento titulado *La clientela familiar, un nicho de mercado para el turismo rural*, en la que destaca tres características que la transcribimos por su importancia para nuestro análisis:

- 1) Para que el proceso sea efectivo es esencial que haya una clara estrategia, ampliamente aprobada a nivel local, y contar con un buen nivel de cooperación entre las empresas turísticas y el resto de los pobladores locales, así como con el organismo responsable de la coordinación. En nuestro caso en Bolivia debiera ser asumida por los municipios.
- 2) Ofrecer calidad en todas las fases de cada visita, es un factor a tener en cuenta a la hora de suministrar unos servicios y unas instalaciones adecuadas.
- 3) El seguimiento es el tercer componente donde es necesario analizar cuáles son las necesidades y expectativas de los visitantes, escuchar a los visitantes no sólo a través de encuestas sino haciéndoles preguntas. Para los sistemas de formación y asistencia es fundamental evaluar las reacciones de los visitantes, etc.

Una conclusión de lo anterior aplicada a la realidad del turismo de Huatajata, es que la demanda de fin de semana y los feriados busca actividades para la familia, y, el "destino" de Huatajata aún no tiene una oferta suficiente ni para ampliar la estadia ni cumple con los niveles de calidad en la prestación de los servicios, además de que carece casi en absoluto de apoyo de políticas de los poderes locales y otros. Por tanto, para ser realmente competitivo en turismo requiere reforzamiento al sector turístico local para que mejoren y amplíen sus servicios y hacer más atractiva la visita y, en consecuencia, incrementar su demanda.

3.2. EL TURISMO RURAL

El turismo y la economía agraria comenzaron su relación cuando las granjas se abrieron al turismo que ha hecho posible que los agricultores combinen una diversificación de sus actividades y una mejor valorización de su producción y de su patrimonio inmobiliario, según un informe de la Comisión Europea 1997.

En el libro titulado "Les facteurs de résistance à la marginalisation dans les zones de montagne et défavorisées méditerranéennes communautaires", estudio realizado en 1992 por la cuenta de la Dirección General VI (Agricultura) de la Comisión de la Comunidad Europea, y en la cual participaron varios autores. Se dan algunos elementos para afirmar que el origen del turismo rural se remonta a los años 1930, Francia, de donde surge por primera vez la corriente del *agroturismo*. El agroturismo tiene su terreno de sustento en la agricultura. La Unión Europea, mediante la experiencia de varios proyectos ha estudiado ampliamente esta relación y se afirma que como "actividad económica, constituye un factor de supervivencia y de desarrollo de la agricultura y la ganadería, de la actividad forestal, la cinegética y la pesca, la recolección de frutos, etc." (Comunidad Europea, 1992)

Esta actividad se está desarrollando como turismo rural actualmente donde el paisaje rural está asociada a diferentes tipos de cultivos y de explotaciones, de hábitats y de arquitecturas (pueblos, viviendas y edificios rurales, setos, terrazas, tapias...).

Siguiendo el informe, la demanda turística exige productos agrarios al natural o transformados artesanalmente, típicos de una región. De esta manera contribuye a la revalorización de los productos locales. La agricultura, ha proporcionado, además un rico patrimonio etnológico: herramientas y maquinaria agrícola, oficios y talleres artesanales, maderá, una arquitectura muy diversificada, un folclore múltiple, una variada gastronomía popular, sin olvidar la gran diversidad de tipos humanos. Por último, contribuye a armonizar

los intereses agrarios y la protección del medio ambiente, a través de una gestión integrada del territorio en la que los agricultores han tenido y deben seguir manteniendo un protagonismo destacado. El consumidor de turismo rural se siente atraído por la variedad de los paisajes agrícolas y rurales, la fauna y la flora. Siendo un tipo de producto no masivo a la fecha es una buena alternativa para mejorar las economías campesinas.

Esta breve reflexión de la importancia de turismo en las áreas rurales de países desarrollados nos lleva a pensar en cómo estudiar en Bolivia esta relación de turismo y economía agraria, que es uno de nuestros propósitos a fin de iniciar un proceso de investigación compleja que permita acercar la importancia del turismo para las economías agrarias principalmente por su capacidad de consumo de productos locales.

Para nosotros el turismo rural se entenderá como la "Oferta de actividades recreativas, alojamiento y servicios afines, situada en el medio rural, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan unas vacaciones en el campo, en contacto con la naturaleza y con la gente local" (Marchena, M., 1998). O simplemente como cualquier actividad turística implantada en el medio rural, donde lo rural es todo lo que no es urbano y de ciudad.

Estos conceptos permiten entender que el turismo de fin de semana y los feriados hacia Huatajata es un tipo de turismo rural que tiene unas características principalmente ligadas al consumo gastronómico y el contacto con la naturaleza mediante paseos en barcos y picnic en las orillas del lago Titicaca.

Esta relación de lo rural y el turismo merecerá nuestra atención en el capítulo central donde se estudia los efectos del turismo en la economía rural de Huatajata.

3.3. ECONOMÍA TURÍSTICA

La "economía turística" como vertiente de la "economía" en general o de servicios en particular, basa su análisis en la demanda de bienes y servicios turísticos que son efectivos mediante el "gasto turístico". El análisis económico del turismo se inicia, por tanto, a partir de la definición económica de este, que para nosotros será: "turista como aquel que ejerce una actividad no remunerada en el lugar de destino, que permite incorporar la totalidad de los desplazamientos de ida y vuelta que de forma genérica se han ido identificando como turísticos. Es decir, se define al turista no por su motivación, sino por las características de su relación económica con el lugar de destino, se acentúa el elemento esencial del fenómeno turístico desde el punto de vista económico: su carácter de demanda externa y por consiguiente su carácter "exportador", no vinculado a la dinámica interna del lugar de destino del turista" (Instituto de Estudios Turísticos, 1994).

De esta forma, el turismo, desde el punto de vista económico, es definido como aquel "acto que impone desplazamiento momentáneo, con realización de gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción y servicios que se ofrecen a través de una actividad productiva generada mediante una inversión previa" (Figuerola P. M., 1975) . Así, la economía turística básicamente va ser constituida por:

Desplazamiento	→	De visitantes
Ingresos obtenidos	→	Disponibilidad de dinero de los visitantes
Consumo de bienes y servicios	→	Gasto turístico en alojamiento, alimentación, transporte, actividades y otros.
Generación de riqueza.	→	Beneficios y costos

3.4. LA DEMANDA DE BIENES Y SERVICIOS TURÍSTICOS

Los bienes y servicios turísticos, teóricamente, son demandados por los visitantes y a partir de aquí surgen los efectos en la economía. Conviene apuntar para fines conceptuales que la decisión es compleja principalmente porque "La demanda de bienes y servicios turísticos, como la de cualquier otro bien, se halla regida por el precio del bien, la disponibilidad de renta y las preferencias del consumidor, vinculadas a sus necesidades y deseos" (Monfort Mir, Morant Mora y Josep Ivars Baidal, 1996, 69). Tres elementos: precio, renta y preferencias que producen un proceso que además está relacionado con otros factores que determinan la decisión final.

Este proceso se inicia con el "desplazamiento" del visitante al lugar de destino en el que no ejerce una actividad remunerada, en nuestro caso por ejemplo Huatajata. El segundo elemento tiene que ver con la disponibilidad de dinero o ingresos económicos que permite a una persona realizar el viaje y sobre todo la realización de los gastos en las prestaciones de los servicios y bienes locales, que tienen su repercusión local porque esos recursos económicos se distribuyen en comidas, alojamiento, recreación u otros. Finalmente, las preferencias a su vez tienen que ver con las ofertas existentes que satisfagan las necesidades individuales o colectivas, ofertas al alcance de las expectativas o la existencia de ofertas que cumplan con las motivaciones iniciales o los deseos de recreación, descanso u ocio de los visitantes. Estos elementos harán por supuesto que exista una mayor o menor dinámica en la demanda de los bienes y servicios locales en la actividad turística, que a su vez tendrá, dependiendo de su dinámica, mayor riqueza para la comunidad o menores beneficios económicos.

Una primera aproximación de los conceptos es que, la economía turística en las comunidades anfitrionas se materializa en la demanda de bienes y servicios turísticos locales que estimula la producción agropecuaria y a otros sectores como el transporte local, las artesanías, etc.

3.5. OFERTA TURÍSTICA DE BIENES Y SERVICIOS

La oferta turística de los establecimientos gastronómicos y los servicios de lancheros, es un componente importante en Huatajata, donde se generan los movimientos económicos. La revisión conceptual de la oferta, tiene sentido hacer para comprender la función de la oferta, porque en nuestra investigación analizaremos las principales unidades producidas por los restaurantes y los lancheros y su relación con el precio. Veamos entonces la definición económica y la función para entender la importancia de la oferta.

La oferta turística "...es el conjunto de bienes y servicios que las empresas suministran al mercado en un momento dado y a unos precios establecidos, para satisfacer la potencial demanda turística. La cantidad ofrecida del bien – servicio turístico- se relaciona con el precio que puede alcanzar en el mercado,... -es decir- al contrario de la curva de la demanda, la oferta turística tiene pendiente positiva, lo que significa que las cantidades ofrecidas aumentan conforme aumenta el precio del bien, o servicio, ofrecido" (Morant-Monfort-Ivars Baidal; 1996, 123)

En esta relación de precio – oferta es importante, porque "al elevarse el precio de mercado, los empresarios se animan a producir más con el objetivo de vender más, pues unidades cuya fabricación no era beneficiosa a precios de venta menores, ahora ya resultarían rentables,..". (Morant, et. al., 1996). En otras palabras esto significa que cuando los precios suben hay más empresarios dispuestos a ofrecer más producto turístico. En Huatajata, durante los últimos años, ha crecido tanto la oferta de lanchas como de los restaurantes, debido al impulso de precios elevados que hasta ahora se mantienen (por ejemplo: el plato de trucha es Bs. 25 y el paseo por hora en lancha Bs. 60).

Si bien, el objetivo de la investigación de la tesis, no es calcular cuánto de producto turístico está dispuesto a ofrecer el propietario de restaurantes o el lanchero, ni calcular cómo se aumentan sus productos cuando suben los precios o bajan; sino, los ingresos generados por la demanda de bienes y servicios. En

todo caso, esta reflexión sobre la oferta tiene sentido, para ubicar al lector, porque la oferta que estudiaremos genera ingresos por ventas y tiene impactos económicos y sociales.

Sin embargo, en la actividad turística, la oferta de bienes y servicios turísticos, tiene otras connotaciones en su composición, que lo vuelven confuso con las definiciones económicas. Técnicamente, la oferta turística está constituida por los atractivos turísticos que son los motivadores; los servicios turísticos como hotelería, restauración, agencias de viaje, transporte y otros; los equipamientos e infraestructuras como puertos, caminos, agua, energía eléctrica y otros; y, actividades turísticas como paseos, excursiones y otros (Consultur, 1997). La situación de la oferta turística de Huatajata se describirá y analizará en el desarrollo de la tesis.

3.6. BENEFICIOS Y COSTOS ECONÓMICOS A NIVEL LOCAL

El estímulo económico del turismo tiene beneficios económicos gracias al "gasto turístico", donde el gasto turístico son el conjunto de recursos (dinero) que gastan los turistas en el lugar de visita. Veamos cómo es la cadena de beneficios a personas y negocios, explicada por la empresa CONSULTUR (Consultur, 1997): (la interpretación corresponde a nosotros) un turista desde el momento que inicia su viaje pone en marcha los servicios turísticos del municipio, o sea, pagará el transporte, el alojamiento, las comidas, las excursiones, las visitas y otros en el "destino". Aquí el protagonista es el destino turístico, llámese municipio o comunidad, porque de las facilidades que tengan los visitantes para pasar mayor tiempo de permanencia dependerá el grado de gasto o consumo. Mientras mayor sea la prestación de servicios a nivel de la comunidad, mayores serán los beneficios que queden en la comunidad.

Una vez que el turista llega al lugar elegido realiza innumerables gastos: contrata un hotel o alojamiento, alquila coche, compra comidas, toma bebidas y refrigerios, compra artesanías, asiste a espectáculos, fiestas, tradiciones, alquila paseos, etc. Entonces, los beneficios dependen de los negocios del lugar

encargados de satisfacer lo que buscan los turistas, que a su vez necesitan proveedores de alimentos, bebidas, artesanías, productos agrícolas, gasolina, aceites, etc., que de esta manera también se benefician otras familias del lugar. Otro componente es que en el destino turístico, también necesitan de gente para la atención a los clientes, mantenimiento, limpieza, información, etc. que normalmente son cubiertas con gente del pueblo, que de esta manera ganan su dinero que llevarán a sus familias. Los empresarios a su vez se beneficiarán; si prosperan podrán contratar más gente, ampliar sus ofertas, diversificar sus servicios, y así favorecerán a la creación de nuevos empleos. Por estas razones, lo que gasta un visitante se convierte en beneficios para muchas personas y familias.

Las lecturas y nuestra experiencia propia, permiten afirmar que los beneficios económicos del turismo a nivel local podrían tener repercusión en:

- La producción de la economía local mediante el consumo directo e indirecto de la producción agraria, las artesanías y otros.
- El "gasto turístico" se refleja en el consumo de distintos bienes y servicios que de esta manera se produce una distribución *casi democrática* del gasto en un destino con una economía pequeña.
- El gasto a mediano y largo plazo, estimula la generación de microempresas campesinas dedicadas al hospedaje, alimentación, sistemas de transporte, artesanía, empleos diversos y servicios de guías locales.
- La generación de divisas frescas para las comunidades inyecta fondos "frescos" en la economía campesina.
- El fomento a vínculos económicos y políticos entre comunidades campesinas, con nacionales y extranjeros.
- La diversificación de la economía campesina, especialmente en zonas rurales donde el empleo agrícola y ganadero puede ser esporádico o insuficiente.
- La estimulación de mejoras en el transporte, las telecomunicaciones y otras infraestructuras comunitarias básicas.

Los costos que el turismo podría generar a nivel económico son:

- Puede generar desigualdad e inestabilidad económica, primero porque puede ser fuente inestable de ingresos porque existen temporadas, segundo porque unos pueden no ser sostenibles debido a las exigencias del mercado por ejemplo en los estándares de calidad, y tercero por falta de políticas y estrategias claras sobre los beneficios a las comunidades.
- Puede fraccionar a sus habitantes en partidarios conservadores y promotores de mercado, en las economías agrarias donde la solidaridad y el equilibrio social son importantes.
- La demanda turística puede provocar (como que lo hace en Huatajata) presiones sobre los precios, tanto de los bienes y servicios turísticos, como sobre las especulaciones del suelo.

CAPÍTULO III

DESARROLLO DE LA TESIS: PROCEDIMIENTOS Y RESULTADOS

Este, es el capítulo central de la presente tesis, y tiene cinco partes:

- El primero, aborda el tema del gasto turístico en la localidad de Huatajata;
- El segundo, trata el tema de los efectos de la producción gastronómica de esta población;
- El tercero, analiza los efectos de la producción de lancheros que trabajan con la actividad turística;
- El cuarto, analiza el empleo turístico del lugar; y,
- El quinto, caracteriza la importancia turística del destino local.

1. EL GASTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN HUATAJATA

1.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

Para calcular el gasto se optó por un modelo menos complejo para fines de esta investigación, tomando en cuenta que se precisa hacer una estimación. De esta forma, nuestra opción de análisis del efecto estará basada en el *gasto turístico*.

El cálculo del gasto turístico se determina siguiendo la fórmula:

$$GT = T \times GM \times EM$$

Donde:

GT = es el gasto turístico

T = es el número de turistas o visitantes

GM = es el gasto medio día

EM = es la estadía media.

La estimación de los visitantes se basó en tres tipos de análisis diferentes: *clientes efectivos* de los restaurantes, flujo de demanda transportada por las lanchas y cuantificación de delegaciones y grupos de picnic que visitan Huatajata pero que no se caracterizan por consumir comidas en restaurantes, según los cuales se llegó a la conclusión, como se muestra en el cuadro, que el 17,9% de los visitantes de Huatajata son extranjeros y el 82% son nacionales.¹

Para la cuantificación total de los visitantes de Huatajata se siguió los siguientes criterios:

¹ Según el perfil de la demanda turística de Huatajata reflejada en este trabajo, los visitantes extranjeros representan el 17%. Sorprendentemente, los datos calculados en base a los criterios de flujos de establecimientos gastronómicos, lancheros y la cuantificación de visitantes por delegaciones y grupos de picnic, arrojan una participación del 17,9% de extranjeros.

Primero.- Se optó por tomar de la demanda efectiva de los restaurantes (ver parte 2 del capítulo 3ro.) fundamentalmente por razones económicas ya que este es el indicador real de una demanda con capacidad de gasto.

Segundo.- Por la demanda efectiva de los restaurantes, si bien se supo la cantidad de clientes al año, estaba por demás claro que no eran todos los nacionales que visitan Huatajata, por esta razón se hizo una cuantificación de las delegaciones de estudiantes y grupos de picnic que llegan a Huatajata cada mes mediante la observación insitu del tipo de automóvil usado por estos. De esta forma se completó la demanda total de nacionales.

Tercero.- El flujo de extranjeros fue muy dificultosa de estimar dado que estos esencialmente son visitantes de paso. La mejor forma de hacerlo para contar con datos confiables fue recurrir a los transportadores de lanchas (ver parte 3 del capítulo 3ro.) que permitió saber una estimación más real del flujo de visitantes transportados por ellos al año. A la información obtenida se añadió un 20% de turistas que solo se quedan a comer y no solicitan servicios de lanchas. Esta determinación es más coherente de hacerlo dado que permitirá reducir el factor de error del flujo.

Y finalmente, para el cálculo de promedio de gasto y de estadía se recurrió a los datos obtenidos por encuesta.

1.2. CONCEPTO DE "TURISMO"

Cada vez que se hacen evaluaciones y análisis de las repercusiones económicas del turismo, existen problemas con relación al concepto del turismo. Mucho más si el estudio se hace en un país con pocos trabajos de investigación estadísticas como en el caso de Bolivia. En nuestro caso específico con dificultades porque se pretende explicar el efecto o efectos del turismo en la economía local de una comunidad campesina.

Antes de definir el concepto que sustentará nuestra investigación; veamos cómo ha evolucionado este concepto de forma muy breve e indicativa en el mundo turístico internacional.

Desde 1950 primero como "excursionista y viajero en tránsito" (UIOOT); como "visitante" en 1953 (Comisión de Estadísticas de las Naciones Unidas); como "visitante": "turista y excursionista" en 1963 (Conferencia de las Naciones Unidas); nuevas clasificaciones de visitantes del día o excursionistas que no generan pernoctación en 1967 (Comisión de Estadísticas NNUU); otras formas en 1971 (Comisión de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo); en 1978 (NNUU y OMT) (Huescar, Augusto, 1998 p.5-6), han dado el marco suficiente de conceptos que cada vez dieron lugar a nuevas interpretaciones y concepciones distintas en todo el mundo.

A partir de la Conferencia Ottawa (1991), se recomienda que las definiciones y clasificaciones: a) sean de aplicación práctica, tanto en los países desarrollados como en desarrollo; b) se caractericen por su sencillez y claridad; c) se limiten a fines estrictamente estadísticos; d) sean compatibles con las clasificaciones y normas internacionales recomendadas en otras áreas; y e) se expresen en términos sencillos.(2)

En este sentido, para estudiar los efectos del turismo en la economía agraria y local de Huatajata, se elimina la motivación como elemento para su definición. El concepto de turismo que comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual y que ejerce una actividad no remunerada, parece ser la más indicativa para nuestro análisis. Por eso, el "turismo" incluye a los "turistas" (visitantes que pernoctan) y a los "visitantes del día"(excursionistas) como afirma Augusto Huescar.

² La Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo celebrada en Ottawa (Canadá) en junio de 1991, recomienda directrices de la comisión de Estadísticas de las Naciones Unidas de 1967.

Sin embargo, los conceptos suscitan problemas a la hora de su uso operativo para la estimación de su magnitud económica. Para nosotros, identificar al "turista como aquel que ejerce una actividad no remunerada en el lugar de destino, permite incorporar la totalidad de los desplazamientos de ida y vuelta que de forma genérica se han ido identificando como turísticos. Es decir, se define al turista no por su motivación, sino por las características de su relación económica con el lugar de destino, se acentúa el elemento esencial del fenómeno turístico desde el punto de vista económico: su carácter de demanda externa y por consiguiente su carácter "exportador", no vinculado a la dinámica interna del lugar de destino del turista" (Colegio Oficial de Economistas de Málaga, 1996, 128).

De esta forma, el gasto turístico vinculado a la economía de Huatajata, reflejará todo el gasto turístico incluidos los gastos de transportes de ida y vuelta. Y para eso, requerimos saber la estimación de flujo de demanda, gasto promedio, promedio de estadía y posteriormente de forma indicativa reflejar la distribución del gasto por rubros.

1.3. FLUJO DE VISITANTES, GASTO PROMEDIO, ESTADÍA MEDIA Y GASTO TURÍSTICO

Los distintos estudios y análisis hechos en base a trabajos de campo, se sintetizan en el cuadro siguiente que refleja la estimación del gasto turístico de los nacionales y los extranjeros. Esta aproximación permite saber que el gasto total de la demanda relacionado con el destino rural de Huatajata al año es alrededor de 2,6 millones de Bolivianos, equivalente a unos 423,5 mil dólares americanos.

De forma global, el gasto total de nacionales representa el 65 % con relación al 35% de los extranjeros, demostrándose que Huatajata como destino turístico tiene como su principal mercado al turismo del día, íntimamente relacionado con la ciudad de La Paz.

Cuadro No. 15
Gasto total de la demanda de Huatajata

Tipo de visitante	No. de visitantes año	Promedio de Gasto por Día Bs. ****	Promedio de Estadía	Gasto Turístico Total Año Bs.	%
Nacionales	31.669	48,4	1,03	1'688.468	65
Nacionales efectivos de Establecimientos Gastronómicos*	24.597	59,9	1,05	1'547.028	
Nacionales Delegaciones y de Picnic**	7.072	20,0	1,0	141.440	
Extranjeros***	8.683	106	1,0	920.398	35
Total general	40.352	64	1,01	2'608.866	100

Fuente: elaboración propia, 2000.

*En base a la demanda efectiva de los establecimientos gastronómicos menos extranjeros (33.280-8.683).

**En base a la cuantificación de delegaciones y grupos de picnic que viajan a Huatajata en busca de área verde. Ver cuadro de cuantificación del Anexo No. 5

***En base al flujo de extranjeros que usan lanchas de Huatajata como puerto de tránsito hacia las islas 7.236 + el 20% de flujo que no utiliza servicios de lanchas y que llegan a Huatajata vía Copacabana o vía La Paz para comer de paso.

**** El promedio total de nacionales y el promedio total general en cuanto a gasto y estadía se obtuvo multiplicando la proporción de visitantes x gasto, y en otro caso, por la estadía.

El promedio de gasto de los tres tipos de demanda del turismo de Huatajata es de Bs.64.-, equivalente a \$us.10,4.- donde el promedio de estadía es solo de un día.

El gasto medio de Bs. 64.- es un dato razonable para Huatajata si hacemos la comparación con el gasto medio diario a nivel nacional del turismo interno que es de Bs. 152,5, tomando que estos últimos utilizan hospedajes de la ciudad. Además, sabiendo que en La Paz el turista nacional gasta solo Bs. 142.3. Decimos razonable porque estos montos de gasto medio del turismo interno debemos dividir por 2 días que es el promedio de estadía para nacionales en las ciudades, según datos disponibles de SENATUR 1994.

Con relación al gasto de extranjeros que es de Bs. 106 (\$us 17.2) los montos gastados en Huatajata son muy inferiores al gasto medio del turismo receptivo que está en \$us. 68.2, según la misma fuente. Este indicador es comprensible dado que el extranjero que pasa por Huatajata se limita en ciertos gastos, donde la mayor parte son gastos incluidos en paquetes de turismo.

1.4. DISTRIBUCIÓN DEL GASTO

Cuadro No. 16

Distribución del gasto corriente, según grandes sectores en % para nacionales y extranjeros

Conceptos	Nacionales %	Extranjeros %	Totales %
Comidas y bebidas	51,36	44	47.68
Transporte ida y vuelta (*)	15,34	4,7	10.02
Alojamientos o hospedajes	6,73	-	3.36
Paseos en lancha, Diversión, Ocio	13,30	44,48	28.89
Compras de artesanías y recuerdos	8,75	6,69	7.72
Comercios del lugar	0,86	-	0.43
Pequeños gastos	3,59	-	1.79
TOTAL	100	100	100

Fuente: elaboración propia en base a encuesta de gasto turístico. 2000

Este cuadro nos permite afirmar que la mayor parte del gasto vinculado con Huatajata se concentra en un 76,5% en dos rubros: comidas y bebidas, y los paseos en lancha, diversión y ocio. Donde, los gastos en transportes ida y vuelta principalmente son por concepto de compra de gasolina en estaciones que se encuentran en el camino de La Paz a Huatajata, que no necesariamente son gastos que benefician directamente a los pobladores locales. También es evidente que Huatajata no es un destino de estadía, dado que apenas el 3,36% de gasto es destinado para este fin. Sin embargo parece ser interesante la relativa importancia de compra de artesanías y recuerdos, que a mediano plazo puede captar mayores ingresos.

Recuérdese que estos datos han sido levantados desde el lado de la demanda con el único fin de saber a cuánto asciende el gasto medio y cómo se distribuye en los sectores ligados al turismo. Si bien nuestro análisis puede continuar con relación a estos cuadros, preferimos cerrar este acápite, dando por satisfecho nuestro interés de investigación.

1.5. EFECTO MULTIPLICADOR DEL GASTO EN LA ECONOMÍA NACIONAL

Para obtener el efecto multiplicador, usaremos el coeficiente utilizado y recomendado por el Viceministerio de Turismo, que tiene un valor 2,0, es decir que cada Boliviano genera 2 bolivianos en el resto de la economía. Este coeficiente, sin embargo, es referencial dado que no existen estudios al respecto. Otra de las razones del por qué se utiliza este valor en Huatajata, es por recomendación de la OMT para economías pequeñas, siendo así (1x2) el valor utilizado en economías similares al de Bolivia como Perú, Ecuador y otros. De esta forma, el gasto total del turismo de Huatajata tiene un efecto multiplicador de Bs. 5,2 millones en la economía nacional, aproximadamente al año, desde el lado de la demanda.

Cuadro No. 17
Efectos del gasto turístico en el resto de la economía

Visitantes	Gasto Total Bs.	Efecto en la economía nacional Bs.
Nacionales	1.688.468	3.376.936
Extranjeros	920.398	1.840.796
Total	2.608.866	5.217.732

Elaboración propia en base al multiplicador de 1x 2.

2. EFECTOS DE LA DEMANDA GASTRONÓMICA EN LA ECONOMÍA LOCAL

Este tema es uno de los principales acápites de nuestra tesis, donde se explica los efectos de este sector en la economía local de Huatajata. Para lo cual, es preciso indicar que se procedió a calcular tres aspectos:

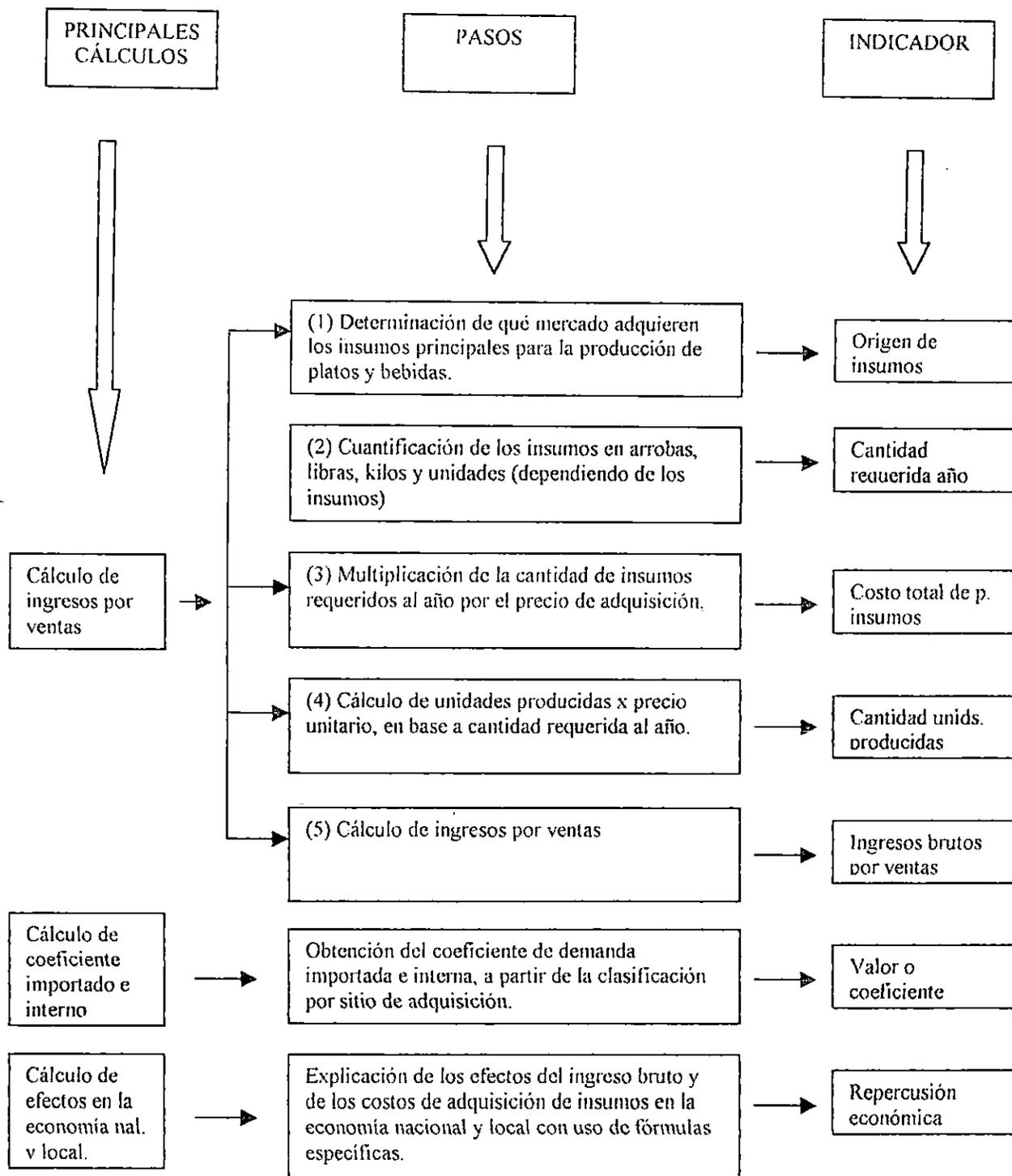
- Cálculo de ingresos por ventas.
- Cálculo del coeficiente importado e interno, y
- Cálculo de efectos económicos en la economía nacional y local.

Del total de 16 restaurantes existentes en el cantón Huatajata, 14 pertenecen a propietarios locales y 2 a grandes empresas. El análisis se efectúa por separado, como restaurantes de tipo familiar o local y como restaurantes de grandes empresas para diferenciar sus efectos. De esta forma, este apartado (2.) tiene dos partes.

La siguiente figura gráfica describe el procedimiento general seguido para estos cálculos. Sin embargo, para cada parte de los cálculos, a su vez, se utilizó ciertas fórmulas matemáticas que están descritas antes de cada análisis:

✓

Fig. 4 Gráfico literal del **procedimiento global de los cálculos.** (elaboración propia)



2.1. ANÁLISIS DE LOS RESTAURANTES DE TIPO FAMILIAR

a) Origen de los insumos de los establecimientos de restauración familiar

La restauración de Huatajata, sin duda, es el sector que mayor consumo hace de los insumos agrícolas, productos de pesca y productos industriales necesarios para el funcionamiento de los negocios gastronómicos.

La mayor parte de productos agrícolas como las hortalizas, legumbres y los granos son adquiridas en la ciudad de La Paz, excepto la papa y el *chuño* que en parte son producidos en la zona por los mismos campesinos, propietarios de restaurantes u otros de la población. Los condimentos necesarios y los aceites provienen también de la ciudad. Las bebidas alcohólicas y las diferentes gaseosas son adquiridas de proveedores que llegan hasta Huatajata. El único producto que es adquirido de la gente del pueblo es el pan.

El siguiente cuadro expresa los resultados alcanzados por la investigación de campo, a partir de la pregunta: ¿de quién o de dónde compra los insumos necesarios para el funcionamiento del restaurante?, que claramente se concentra en mercados de la ciudad de La Paz y el Alto.

Cuadro No. 18
Origen de puntos de compra de los insumos gastronómicos, 1999

Persona o lugar de compra de los insumos	De la gente del pueblo	De la feria del pueblo	De la feria local y la ciudad La Paz	De poblaciones cercanas	De la ciudad La Paz y El Alto	Yo mismo la produzco	De la ciudad y Yo mismo produzco	De la feria y Yo mismo produzco	Total Respuestas de Restauradores
Tubérculos:									
Papa	2	-	1	-	2	4	3	1	13
Chuño (papa deshidratada)	3	1	-	-	2	5	-	2	13
Hortalizas:									
Lechuga, repollo	1	1	1	1	9	-	-	-	13
Perejil	-	1	-	-	12	-	-	-	13
Tomate, pepino	-	2	-	-	11	-	-	-	13
Zanahoria	1	3	-	-	9	-	-	-	13
Ajo	-	-	-	-	13	-	-	-	13
Cebolla	-	6	-	-	6	1	-	-	13
Legumbres:									
Arveja, haba, Vainita	1	4	-	-	6	-	2	-	13
Granos									
Maíz	1	-	-	-	12	-	-	-	13
Quínua	-	1	-	-	1	-	-	-	2
Arroz	-	-	-	-	13	-	-	-	13
Trigo	-	1	-	-	7	-	-	-	8
Condimentos	-	1	-	-	12	-	-	-	13
Frutas y cítricos	-	-	-	-	7	-	-	-	7
Aceites	-	-	-	-	13	-	-	-	13
Panes	12	-	-	-	1	-	-	-	13
Bebidas alcohólicas	-	-	-	-	11	-	-	-	11
Gaseosas	-	-	-	-	13	-	-	-	13
Otros productos	-	-	-	-	13	-	-	-	13

Fuente: El turismo en el área rural de Huatajata, F. Yapu G. UIA. España 2000.

De esta forma las respuestas de 13 propietarios de establecimientos gastronómicos (uno se mantenía cerrado) constituyen un importante aporte para justificar la promoción de producción de hortalizas y legumbres en la localidad a través de la introducción de proyectos alternativos de producción como las carpas solares o similares porque existe una demanda local insatisfecha que no tiene otra alternativa que adquirirla en la ciudad.

b) Principales requerimientos de insumos agropecuarios y otros

El estudio de campo arroja datos sorprendentes para el sector turístico de Huatajata y se constituyen, pensamos, en los primeros referentes existentes a nivel de estudios de restauración en nuestro país.

Huatajata cada año requiere 28,6 toneladas de papa o más para acompañar a los distintos platos de la gastronomía local. Otro dato muy importante es que el conjunto de la restauración compra del mercado alrededor de 12,1 toneladas de trucha rosada o más al año; 2,5 toneladas de tomate; 2,3 (t) de arroz; 2,6 (t) de zanahoria; 1,7 (t) de carne res; 1,3 (t) de chuño; otro similar de carne de pollo; casi 3800 cabezas de lechuga y 2 toneladas de pejerrey; entre otros.

Estos resultados cruzados con el origen de los insumos o mercado de adquisición de los productos, ciertamente proyecta la producción importada de bienes que son adquiridos fuera de Huatajata, que de esta manera se produce la fuga de renta que podría bien favorecer a la misma economía local si los insumos mencionados, se produjeran en el sitio. Flujo monetario que permitiría activar esa economía, favoreciendo a otras familias. En el siguiente cuadro se presenta la demanda de insumos de la restauración, de principales insumos necesarios ligados a la agropecuaria y bebidas:

Cuadro No. 19
Requerimiento de Insumos de la Restauración por año en Huatajata 1999

Principales insumos	Cantidad requerida al Año	En toneladas (t)
Papa (en @)	2.522 @	28,6
Arroz (en libras)	5.200	2,3
Chuño (en libras)	3.016	1,3
Tomate (en libras)	5.668	2,5
Lechugas (en cabezas)	3.796	----
Aceite (en litros)	4.108	----
Pan (unidades de)	16.120	----
Zanahoria (en libras)	5.720	2,6
Trucha (en libras)	26.728	12,1
Pejerrey (en libras)	4.576	2,0
Carne de res (en kilos)	1.794	1,7
Carne de pollo (kilos)	1.352	1,3
Cerveza botella(unidades de 350 cc.)	10.036	----
Gaseosas (unidades de litro)	18.668	----

Fuente: Elaboración propia en base a "El turismo en el área rural de Huatajata", F. Yapu G. 2000.

c) Costo de insumos agrícolas adquiridos

Los insumos agrícolas adquiridos por los propietarios de los establecimientos gastronómicos de Huatajata a precios de mercado refleja la capacidad económica que tiene este sector de inyectar fondos económicos a la economía local como costos. Así mismo, permite aseverar que el sector de la restauración es un importante cliente potencial para la localidad, porque a la fecha solo una pequeña parte de este gasto (entre 24% a 28%) que se efectúa en compras se queda en Huatajata.

Para obtener el costo total de los insumos comestibles se utilizó la fórmula siguiente:

$$CTI = Q \times PA$$

Donde:

CTI = Costo Total de Insumos

Q = Cantidad adquirida y

PA = Precio de Adquisición

Cuadro No. 20

Costos de adquisición de productos agrícolas y otros a precios de mercado, 1999

Insumos	Unidad	Cantidad Adquirida Año	Precio Adquisición Bs.	Costo Total Año Bs.
Papa	Arroba	2.522	14	35308
Arroz	Libra	5.200	2	10400
Chuño	Libra	3.016	1,5	4524
Tomate	Libra	5.668	1,5	8502
Lechugas	Cabeza	3.796	2	7592
Aceite	Litro	4.108	6	24648
Pan	Unidad grande	16.120	0,50	8060
Zanahoria	Libra	5.720	0,66	3775
Trucha	Libra	26.728	9	240552
Pejerrey	Libra	4.576	5	22880
Carne de res	Kilo	1.794	14	25116
Carne de pollo	Kilo	1.352	8,5	11492
Cerveza	Botella 350 cc.	10.036	4,5	45162
Gaseosas	Unidad de litro	18.668	4,0	74672
TOTAL				Bs. 522.683

Fuente: Elaboración propia en base a precios del mercado, 2000.

En este cuadro se puede observar que el sector gastronómico de Huatajata gasta en compras importantes sumas de dinero con relación a los productos agrícolas. Así por ejemplo solo en la adquisición de la papa, chuño, tomate, lechuga y zanahoria se eroga en conjunto alrededor de Bs. 59.701.- al año; en la compra de trucha y pejerrey se gasta Bs. 263.432.- anualmente; en la carne de res y pollo Bs. 36.608.-; en bebidas como la cerveza y las gaseosas Bs. 119.834.- al año. En general, se gasta en la compra de los principales insumos alrededor de Bs. 522.683.- equivalente a Dólares Americanos 85.406.- Una importante suma, tomando en cuenta que solo representa los costos de insumos básicos.

d) Ingresos por ventas de principales ofertas a precio del consumidor

La investigación de campo permite detectar los ingresos brutos solo de los principales productos gastronómicos y otros adquiridos por los propietarios que

llegan al consumidor final a precios de venta. Para la obtención de la cantidad de productos vendidos se siguió las siguientes premisas metodológicas:

- Un plato de trucha o pejerrey está acompañada por un trozo equivalente a una libra de trucha (trozo que ya no lleva cabeza, tripas, huesos y colas).
- Un plato de pollo o de carne está acompañado por un trozo equivalente a una libra.

Para obtener los ingresos por ventas se aplicó la siguiente fórmula,:

$$IV = UP \times PU$$

Donde:

IV = Ingresos por Ventas

UP = Unidades producidas

PU = Precio Unitario

Cuadro No. 21

Ejemplo de ingresos por venta a precio del consumidor de principales ofertas gastronómicas, 1999

Producto	Cantidad adquirida	Unidades Producidas	Precio Unitario de Platos y bebidas en Bs.	Ingresos por ventas totales a precio del consumidor Bs.
Trucha	26.728 libras	26.728 trozos	25	668.200
Pejerrey	4.576 libras	4.576 trozos	18	82.368
Pollo	1.352 Kilos	2.704 trozos	15	40.560
Carne de res	1.794 Kilos	3.588 trozos	15	53.820
Cerveza 350 cc.	10.036 botellas	10.036	7	70.252
Gaseosas	18.668 litro	18.668	7	130.676
Total de ingresos				Bs. 1.045.876

Fuente: Elaboración propia, 2000.

En el cuadro vemos, cómo a partir de los precios de venta se pueden llegar a datos de ingresos brutos que superan el Millón de Bolivianos. Tomando en cuenta que este cuadro solo refleja los ingresos generados de 6 tipos de ofertas principales y sabiendo que el conjunto de los clientes de establecimientos gastronómicos asciende a 33.280 comensales reales al año, y pensando que además se producen pequeñas compras y otros gastos, el gasto turístico en la localidad es superior (ver capítulo del gasto turístico en Huatajata).

e) Distribución porcentual de la demanda importada e interna

La demanda turística de los productos agrarios se expresa en el consumo de las ofertas especialmente concentrados en las comidas. La investigación de campo levantó datos realmente sorprendentes para una investigación turística de este tipo, ya que la relación de turismo (demanda) y economía agraria (producción local) no es adecuada, porque la producción agraria está concentrada básicamente en la papa junto con la cebolla, haba y arveja que son los únicos productos que forman parte de los insumos más utilizados del lugar, con excepción también de la producción del chuño. Los porcentajes de demanda importada y de la demanda interna se estimaron en función del lugar de adquisición de los productos, separados entre ciudad y el entorno local (ver cuadro de origen de los insumos).

Tomando en cuenta que una buena proporción de los productos demandados de la economía interna de Huatajata son producidos por las mismas familias propietarias de los restaurantes, que cuando terminan las cosechas están irremediablemente obligados a comprar de la feria del pueblo o de la ciudad, según las entrevistas.

El resto de los productos, tienen como mercado de origen la ciudad de La Paz o El Alto. Veamos con atención el siguiente cuadro:

Cuadro No. 22
Distribución porcentual de demanda final turística de la
producción de productos agropecuarios y otros en Huatajata, 1999.

TIPO	PRODUCTOS	IMPORTADA DE CIUDAD %	INTERNA O LOCAL %
Tubérculos	Papa	30,76	69,23
	Chuño (papa deshidratada)	15,38	84,61
Hortalizas:	Lechuga, repollo	73,03	26,92
	Perejil	92,30	7,69
	Tomate, pepino	84,61	15,38
	Zanahoria	69,23	30,76
	Ajo	100	
	Cebolla	46,15	53,84
Legumbres:	Arveja, haba, Vainita	53,84	46,15
Granos	Maíz	92,30	7,69
	Arroz	100	
Condimentos	Varios	92,30	7,69
Aceites	Aceite comestible	100	
Panes	Pan	7,69	92,30
Bebidas alcohólicas	Varios	100	
Gaseosas	Varios	100	
Pescados	Trucha	95	5
	Pejerrey	50	50
Carnes	Pollo	100	
	Res	30	70
TOTALES		71.62 %	28.36 %

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta a propietarios de restaurantes y trabajo de campo. 1999.

f) Producción importada e interna en moneda nacional

Para determinar el coeficiente de producción importada e interna se optó por utilizar los porcentajes equivalentes de solamente 14 productos más demandados (6 menos del cuadro anterior) debido a la insuficiencia de datos cuantitativos de otros insumos que en la depuración reflejaron deficiencias.

El valor de cada producto se distribuye hacia fuera y hacia dentro de la economía local de Huatajata. Veamos algunos ejemplos: Alrededor de 11 mil

bolivianos (Bs.) cada año salen fuera del lugar para la adquisición de la papa; 228 mil bolivianos para comprar la trucha; entre otros. En general, 396 mil bolivianos cada año se fugan a economías externas (ojo no estamos hablando fuga hacia economías externas de países fronterizos). Una conclusión al respecto será que para mejorar los ingresos a favor de la economía local será necesario recurrir a incentivos a la producción de productos agrarios necesarios para satisfacer las necesidades de la demanda. Aunque, en economía no se puede pretender una total autosuficiencia, dado que la producción de insumos por distintos factores puede ser más competitiva producirla en los centros industriales como los aceites, las gaseosas, incluso los productos agrarios.

Cuadro No. 23

Distribución de porcentajes de la demanda final de producción agropecuaria y otros, en bolivianos a precios de adquisición del mercado en 1999

Productos	Importada de ciudad	Interna o local	Costo Total
Papa	10860,7	24447,2	35308
Arroz	10400	0	10400
Chuño	695,7	3828,2	4524
Tomate	7193,5	1308,4	8502
Lechugas	5547,4	2044,6	7592
Aceite	24648	0	24648
Pan	619,8	7439,3	8060
Zanahoria	2613,4	1161,5	3775
Trucha	228524,4	12027,6	240552
Pejerrey	11440	11440	22880
Carne de res	7534,8	17581,2	25116
Carne de pollo	11492	0	11492
Cerveza	0	45162	45162
Gaseosas	74672	0	74672
TOTAL	396.241,7 (75,8%)	126.440 (24,2%)	522.683 (100%)

Fuente: Elaboración propia en base a precios de 14 productos principales.

De esta forma, los coeficientes o multiplicadores para la producción importada e interna de la economía del sector gastronómico de Huatajata es la siguiente:

Producción: *Coficiente o Multiplicador:*

Importada	0,758
Interna	0,242

g) Filtración o fuga hacia el exterior del valor añadido bruto como consecuencia de las importaciones

Los resultados de este estudio evidencian cómo existe una fuga o filtración hacia el exterior (fuera del entorno local) del valor agregado bruto como consecuencia de las importaciones; donde el 76% de los recursos utilizados para la adquisición de los principales insumos sale fuera de la economía local, quedándose en la misma solo el 24%. Estos datos nos demuestran claramente que Huatajata tiene efectos a la inversa porque existe deficiencias de abastecimiento. Tomando en cuenta la producción parcelaria de productos agrícolas, esta situación es comprensible, debido principalmente por la carencia diversificada de su economía agraria o a las ventajas comparativas para producir en otros centros. De hecho esta realidad disminuye el efecto de circulación monetaria al interior de la comunidad, que para funcionar y satisfacer las demandas, requiere concentrar esfuerzos en insumos para las comidas, aunque no para un abastecimiento total, sino para mejorar la actual tasa.

Siguiendo nuestro análisis, el cuadro anterior muestra la producción turística destinada a satisfacer la demanda de los no residentes y nos refleja en qué medida el turismo de Huatajata está sustentando otras actividades fuera de la población. Siendo muy evidente que, gran parte de los efectos económicos no se revierten en la población ya que los inputs necesarios para producir son en mayor porcentaje (76%) de origen exterior. Los resultados nos permiten afirmar también que el tejido productivo de la economía local de Huatajata no ha sabido beneficiarse adecuadamente de las posibilidades que ofrece el turismo. Así, la economía agraria, principalmente, no aprovecha el potencial de mercado que representa el turismo. Por consiguiente en el proceso de desarrollo turístico la economía local agraria no es muy fuerte.

En términos de ingresos brutos, la dependencia de inputs del exterior, facilita la fuga del valor agregado que se produce debido a las importaciones directas o indirectas, necesarios para satisfacer la demanda.

h) Efectos de los ingresos gastronómicos en la economía

◆ Información de Base para el cálculo de efectos

Cuadro No. 24

Resumen de costos, ventas e ingresos de empresas gastronómicas de Huatajata, 1999

Costo Básicos De Insumos De Producción Alimenticia	Total Ingresos Brutos Por Ventas Principales	Valor Añadido Anual
Bs. 522.683	Bs. 1'045.876	Bs. 523.193

Fuente: Elaboración propia. 2000.

◆ Planteamiento de las fórmulas metodológicas

Los efectos del ingreso por turismo en la economía se estiman *en términos de gasto y en términos de producción interna*, veamos cómo se explica el efecto producido por el sector gastronómico.

En el primer caso, en términos de gasto, se determina el efecto multiplicador de la actividad turística en el resto de la economía, es decir, cómo una unidad de demanda genera incluso más de dos unidades de producción en el conjunto de la economía, según la teoría turística. En nuestro país tomando en cuenta que la actividad turística no está del todo integrada en la economía, se estima siendo conservador que *una unidad de gasto genera dos unidades de gasto en el resto*, de modo referencial, formando una cadena de producción. A esto se denomina efecto multiplicador del turismo en la economía:

$$EM = Y \times 2$$

Donde:

EM = es el efecto multiplicador en el resto de la economía nacional.

Y = representa los ingresos brutos por ventas y

2 = es el valor del efecto multiplicador de la economía turística que estamos tomando (siendo muy conservadores).

En el segundo caso, en términos de producción interna, una condición básica es la de encontrar el valor multiplicador (coeficiente) de los ingresos para los productos importados y el valor multiplicador de los productos internos de una economía, en nuestro caso de Huatajata. La producción interna se calculará entonces utilizando el valor multiplicador de la producción interna, que expresada en una fórmula matemática sería:

$$EPI = Y \times VML$$

Donde:

EPI = es el efecto en la producción interna o local de la economía.

Y = es el ingreso bruto por ventas y

VML = valor multiplicador de la producción interna.

En el tercer caso, los efectos de los ingresos por ventas y de los ingresos brutos, cifras obtenidas anteriormente, para estimar el impacto en la producción importada, es decir cuál es el efecto en otras economías, en nuestro caso, en las ciudades de donde provienen la mayor cantidad de insumos que estamos analizando. Para este cometido se formuló la siguiente expresión:

$$EPIM = Y \times VMI$$

Donde:

EPIM = es el Efecto en la Producción Importada.

Y = es el Ingreso bruto por ventas y

VMI = valor multiplicador de la producción importada.

La aplicación de las fórmulas dieron los siguientes resultados:

♦ **Efectos de los ingresos gastronómicos en la economía general e interna**

Cuadro No. 25
Efectos Multiplicadores en la Economía al año

Efectos	Multiplicador	Ingresos brutos por venta Bs. 1'045.876	Valor añadido Bs. 523.193
Efecto multiplicador en el resto de la economía en general	2,0	2'091.752	1'046.386
Efecto de la demanda interna en la economía interna de Huatajata	0,242	253.102	126.613
Efecto de la demanda importada en la economía externa	0,758	792.774	396.580

Fuente: Elaboración propia. 2000.

El cuadro anterior nos permite sacar tres conclusiones:

Primero, el efecto multiplicador en la economía boliviana se calcula con un índice referencial de 2,0; habiendo en países turísticamente desarrollados índices mayores incluso de 3 o 3,5 debido a que el turismo está completamente integrada al resto de su economía; lo que no ocurre en nuestro país. Los dos criterios que justifican usar el valor multiplicador de 2 en Huatajata; primero, Huatajata es una economía muy pequeña; segundo, este valor según el Viceministerio de Turismo, se usa también en economías que tienen cierta similitud como son Perú y Ecuador; tercero, el parámetro es una recomendación de la OEA y la OMT para economías pequeñas. (Viceministerio de Turismo, 2000). Aplicado en Huatajata, como se muestra en el cuadro, el impacto económico en la economía nacional alcanza a más de 1 millón de Bolivianos al año, siendo un importante aporte.

Segundo, en Huatajata, una unidad de ingreso turístico de la restauración genera 0,242 unidades adicionales en la economía interna. Tomando en cuenta el valor de los ingresos brutos totales por venta, el impacto local es solo de 253

mil bolivianos al año. Calculando solo el efecto del valor agregado éstas generan adicionalmente 126,6 mil bolivianos anualmente.

Tercero, utilizando el multiplicador de la demanda importada, el 75% de los ingresos brutos por venta y los ingresos por valor agregado salen hacia fuera siendo un elemento negativo para la economía interna o local.

La situación parece ser comprensible dado que el turismo en Huatajata no está completamente integrada a su economía interna porque depende para su producción de economías de ciudad, como se demostró.

Si comparamos con el multiplicador del turismo a nivel nacional, según la Matriz de Insumo Producto del Turismo de 1992 (SENATUR 1996), una unidad de renta turística genera 0,56 unidades adicionales en el resto de la economía boliviana. Esto significa que cada 1 Bs. generado por turismo en Bolivia, estaría generando a su vez 0,56 centavos de Bolivianos más en el resto de la economía. Fíjense que el multiplicador del turismo a nivel nacional es mayor al de Huatajata (0,24), debido a que el nacional está muy inclinada a la producción de las ciudades, porque la mayor parte de las ofertas están en las ciudades y por tanto existe mayor demanda de productos de ciudad. Mientras en el campo, en las áreas rurales gran parte de los insumos deben ser importados de la ciudad; esta es la explicación sencilla de la diferencia.

♦ **Distribución del costo de adquisición de insumos fuera y dentro de la economía local**

Siguiendo con la interpretación, los costos para adquisición de principales productos agropecuarios, utilizados por los propietarios asciende a aproximadamente de Bs. 522.683; que se estarían distribuyendo, de acuerdo a los multiplicadores encontrados de la siguiente forma:

Cuadro No. 26
Distribución de los costos de insumos gastronómicos
fuera y dentro de la economía local

Efecto en otros sectores de la ciudad	Efectos en otros sectores de Huatajata	Total efecto en la economía
Bs.- 396.194	Bs.- 126.489	Bs. 522.683

Elaboración propia. 2000.

♦ Aproximación a la utilidad bruta y neta del sector gastronómico

Una primera aproximación de cálculo de los beneficios es posible hacer a partir del total de ingresos añadidos (valor añadido), que como hemos visto asciende a Bs.- 523.193, del cual restamos costos de operación e impuestos para obtener la utilidad bruta y neta anual del sector gastronómico. Recuérdese que el valor añadido es el resultado de los ingresos totales por ventas menos costo de principales insumos. Veamos el siguiente cuadro:

Cuadro No. 27
Aproximación de ganancias y pérdidas
del sector gastronómico de Huatajata

ITEM	IMPORTES EN Bs.
Valor añadido (Ingresos)	523.193
(-) Costos de operación 15% * (otros)	78.479
(=) Utilidad Bruta	444.714
(-) Impuestos 25%	111.178,5
(=) Utilidad Neta	333.535,5

Fuente: elaboración propia. 2000.

Este cuadro nos demuestra, aunque es solo una aproximación, que el turismo gastronómico de Huatajata tiene su peso económico a pesar de las limitaciones de investigación que hemos tenido.

i) Caracterización del negocio

En el cantón Huatajata existen 16 restaurantes, de los cuales 14 son establecimientos de residentes en Huatajata y 2 están incorporados uno en el puerto de Crillón y otro en el Club de Yates. La investigación se hizo en 13

restaurantes porque los dos restaurantes anteriores no facilitaron información y uno se encontraba cerrado. De la muestra levantada, el 46% de los establecimientos gastronómicos están abiertos *-apertura-* todos los 7 días de la semana, mientras que el 54% solo atienden los sábados, domingos y los feriados. Esta situación permite cuando menos, aseverar que la mayoría de las familias propietarias de establecimientos de restauración dedican el tiempo restante de la semana a actividades de comercio y la agricultura, lo que implica también que los empleos son estacionales como se observará más adelante. De esta forma, los negocios de restaurantes inyectan unidades corrientes a la economía local porque se produce una elevación de demanda de bienes y servicios durante los sábados, domingos y feriados; permitiendo contar en el mercado con mayor circulación de dinero y por consiguiente mayor consumo de la producción gastronómica, que a su vez requiere mayores insumos y productos agrícolas locales o los importados de la ciudad.

La *demanda* de los establecimientos gastronómicos es un importante referente para el cálculo de la demanda real del destino, ya que refleja los flujos de visitantes con capacidad de gasto no solo para los establecimientos de restauración sino para otras actividades como el alquiler de botes y lanchas, etc., siendo una demanda clave desde el punto de vista económico porque produce efectos en la distribución del gasto en la población local. El trabajo de investigación, refleja un flujo real de visitantes que durante una semana en promedio alcanza a 640 comensales que son visitantes nacionales mayormente, según el estudio de la demanda. De esta cifra real el 79% (505 comensales) frecuentan durante los sábados, domingos y feriados, y el 21% (135 comensales) de lunes a viernes. La demanda de bienes y servicios de los establecimientos gastronómicos se concentra (con el 75% del mercado) en aquellos que abren o atienden el negocio, los 7 días de la semana.

Cuadro No. 29
Frecuencia de comensales durante la semana en centros de restauración

Establecimientos	Promedio de comensales en fin de semana – feriados	Promedio de comensales de lunes a viernes	Promedio de Total x Semana	% total semana
Abiertos todos los días	345	135	480	75
Abiertos sólo sábados, domingos y feriados	160	-	160	25
Total	505	135	640	100

Fuente: Turismo en el área rural de Huatajata, F. Yapu G. U.I.A. 2000.

Cuadro No. 30
Proyección de demanda anual de los restaurantes familiares de Huatajata:

Flujo	Semana	Mes	Año
Demanda de comensales	640	2.773	33.280

Estos datos no contemplan a otros grupos de visitantes como los excursionistas de colegios, escuelas y otros que no hacen uso de los servicios de restauración, con una capacidad de gasto mínimo y no frecuentan la zona de mayor dinámica turística donde se concentra la oferta de restauración, puertos y hostales, sino los predios (cancha de fútbol) de la escuela Antonio Chiriotto de la localidad.

Con relación a la gestión de los negocios, estas son de tipo familiar, a pequeña escala, 10 de ellos son gestionados como negocios propios y 3 a nivel de arrendamiento o alquiler. No existe gestión comercial de los negocios turísticos ni marketing, estos temas son absolutamente desconocidos. La mayoría de los propietarios de restaurantes acuden a las tarjetas personales para mantener la clientela o demanda, excepto uno de ellos que sí tiene anuncios en radio y en periódicos de la ciudad de La Paz.

La gestión familiar es tan evidente que los empleos tienen las siguientes características: el 77% de los jefes de cocina de los restaurantes dicen ser parte de la familia del propietario, solo tres establecimientos tienen cocineras contratadas ajenas a la familia (23%), lo que descubre una importante afinidad de trabajo familiar. No ocurre lo mismo con los auxiliares de cocina y los meseros que en parte son de la familia del propietario y parte jóvenes de otras

familias del pueblo que trabajan de forma eventual, en especial los fines de semana y los feriados. Los auxiliares de cocina reflejan la siguiente situación: 23% son de la familia del propietario, el 31% contratados y el 46% dicen que son contratados y que son parte de la familia. De los meseros, 4 de cada 10 personas son de la familia del propietario y de la misma forma los contratados, y el restante 2 de cada 10 son en parte de la familia pero pagados.

El siguiente cuadro expresa el total de 78 empleos directos generados por el sector gastronómico de Huatajata, de los cuales el 45% (35 empleos) son empleos a familiares del propietario y el 55% (43 empleos) empleos para otros de la localidad. Los datos permiten también aseverar que el 49% (38 empleos) son empleos eventuales generados durante los fines de semana y los feriados y 40 empleos fijos (51%).

Cuadro No. 31
Empleos directos en 13 establecimientos gastronómicos de Huatajata

Empleo	En restaurantes que abren los sábados, domingos y feriados	En restaurantes que abren 7 días de la semana	Total empleos
Empleos a familiares	21 (55%)	14 (35%)	35 (45%)
Empleos para otros	17 (45%)	26 (65%)	43 (55%)
Total general	38 (100%)	40 (100%)	78 (100%)

Fuente: Elaboración propia, 2000.

2.2. EFECTOS DE RESTAURANTES DE CRILLON Y YACH CLUB BOLIVIANO

Este análisis se hace por separado, de los restaurantes de tipo familiar y local, por considerar que son empresas grandes en restauración, asociadas el primero al Puerto y Hotel Utama de Crillón y el segundo al club deportivo "Yach Club Boliviano" de Huatajata.

El análisis permitirá comparar el comportamiento con relación a los restaurantes de tipo familiar, en su capacidad de consumo de productos locales, volúmenes

de venta y otros elementos, pero sobre todo, si la producción gastronómica de estas dos empresas favorecen a la economía interna de Huatajata o no.

a) Insumos requeridos y costo de adquisición

Las necesidades de insumos agropecuarios tienen fuertes variaciones de una empresa a otro. El cuadro siguiente, muestra que Crillón tiene un restaurante cuya demanda mayor de insumo es la carne de res, 840 kilos al año equivalentes a un precio en el mercado de Bs. 11.760.- El segundo tipo de insumo más demandado por la empresa es la trucha con un costo aproximado de Bs. 6.480.- al año. Siguiendo en importancia la carne de pollo, el arroz y dentro de los productos industriales "testeados" las gaseosas, la cerveza y los aceites. El costo total de adquisición en el mercado al año, para esta empresa es de aproximadamente Bs. 47.050.- (7.480 \$us)

Por otra parte, los datos reflejan que el restaurante de Yach Club Boliviano, tiene una naturaleza más semejante al resto de los restaurantes familiares de Huatajata, donde los insumos más requeridos son la trucha, la carne de res, las gaseosas, la papa, el aceite y el pejerrey. El costo anual de todos los insumos de la muestra que aparece en el cuadro, alcanza al año la suma de Bs. 13.432.- (2.135 \$us)

Cuadro No. 32
Cantidad de insumos requeridos y costos de adquisición anuales
de los restaurantes de Crillón y Yach Club Boliviano de Huatajata

Principales insumos	Precio del Mercado	"Suma Uñitawi" de Crillón		Yach Club Boliviano	
	Bs.	Cantidad Año	Costo En Bs.	Cantidad Año	Costo En Bs.
Papa (en @)	14	96	1344	36	504
Arroz (en libras)	2	1152	2304	72	144
Chuño (en libras)	1.5	288	432	48	72
Tomate (en libras)	1.5	600	900	180	270
Lechugas (en cabezas)	2	120	240	48	96
Aceite (en litros)	6	360	2160	120	720
Pan (unidades de)	0.5	3600	1800	480	240
Zanahoria (en libras)	0.66	288	190	288	190
Trucha (en libras)	9	720	6480	600	5400
Pejerrey (en libras)	5	360	1800	144	720
Carne de res (en kilos)	14	840	11760	180	2520
Carne de pollo (kilos)	8.5	720	6120	24	204
Cerveza botella (unidades de 350 cc.)	4.5	960	4320	96	432
Gaseosas (unidades de litro)	4	1800	7200	480	1920
Total			47.050.- Bs.		13.432.- Bs.

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta de restaurantes.

b) Ingresos por ventas de principales ofertas a precios del consumidor

El cálculo de ingresos por ventas, se hace usando el siguiente criterio: un plato de trucha o pejerrey está acompañada por un trozo equivalente a una libra de trucha (trozo que ya no lleva cabeza, tripas, huesos y colas). De la misma manera, como en el análisis de restaurantes familiares, se asume la premisa de que un plato de pollo o de carne está acompañado por un trozo equivalente a una libra.

Tal como se observa en el cuadro de abajo, los mayores ingresos del restaurante de Crillón vienen por concepto de la producción de platos de carne, trucha y pollo, que juntos generan el 80% de los ingresos brutos de los productos

analizados. En total, los ingresos por concepto de venta al año, de cinco tipos de productos, alcanza la suma de Bs. 192.000.- (30.524 \$us)

Cuadro No. 33
Ingresos por venta a precio del consumidor
de principales ofertas gastronómicas de Crillón en un año

Producto	Unidades Producidas Aprox.	Precio Unitario Aprox. en Bs.	Ingresos por ventas totales a precio del consumidor Bs.
Trucha	720 platos	60	43200
Pejerrey	360 platos	30	10800
Pollo	1440 platos	30	43200
Carne de res	1680 platos	40	67200
Cerveza 350 cc.	960 unid	10	9600
Gaseosas	1800 unid	10	18000
Total de ingresos			192.000.- Bs.

Fuente: Elaboración propia, en base a encuesta a restaurantes, 2000.

Por otra parte, Yach Club Boliviano con relación a Crillón tiene ingresos muy inferiores que solo alcanza en total a Bs. 27.744.- anuales (4.411 \$us). Los productos que más ingresos genera son los platos de trucha, las carnes y las gaseosas.

Cuadro No. 34
Ingresos por venta a precio del consumidor
de principales ofertas del restaurant de Yach Club Boliviano en un año

Producto	Unidades Producidas Aprox.	Precio Unitario Aprox. en Bs.	Ingresos por ventas totales a precio del consumidor Bs.
Trucha	600 platos	25	15000
Pejerrey	144 platos	18	2592
Pollo	48 platos	15	720
Carne de res	360 platos	15	5400
Cerveza 350 cc.	96 unid	7	672
Gaseosas	480 unid	7	3360
Total de ingresos			27.744.- Bs.

Fuente: Elaboración propia, en base a encuesta a restaurantes, 2000.

c) Origen importado de los insumos

La encuesta en los dos establecimientos de restauración demuestra que el 100% de los insumos son adquiridos en la ciudad de La Paz, debido principalmente a que el mercado local no tiene capacidad de abastecimiento durante todo el año, mencionan sus administradores. Esta situación hace que el impacto en la economía interna de Huatajata, desde el punto de vista de la adquisición de insumos de la producción interna, sea cero.

d) Ingresos por ventas y valor agregado

Las dos empresas de restauración generan ingresos brutos totales de Bs. 219.744.- equivalente a \$us 34.935.- anuales; de los cuales el 87,3% corresponden al restaurante de Crillón y solo el 12,6% corresponde a Yach Club Boliviano. Juntos generan, de acuerdo a las unidades producidas, valor agregado de Bs. 159.262.- (equivalente a \$us 25.319) por año. La importancia de estas dos empresas en el conjunto de los restaurantes de Huatajata (incluyendo estas dos empresas), con relación a los ingresos brutos es del 23,3%.

Cuadro No. 35
Resumen de costos, ventas e ingresos de las dos empresas Crillon y Yach Club

Costo Básico de Insumos Testeados	Total Ingresos Brutos Por Ventas Principales testeadas	Valor Añadido Anual
Bs. 60.482.-	Bs. 219.744.-	Bs. 159.262.-

Fuente: Elaboración propia. 2000.

El efecto multiplicador o aporte a la economía nacional, de los ingresos brutos de estos dos restaurantes, en el resto de la economía nacional, es de Bs. 439.488.- (\$us 69.871) por año. Este cálculo se hizo, en base al criterio de que *una unidad de gasto genera dos unidades de gasto adicionales en el resto de la economía*, recomendada por el Viceministerio de Turismo.

Otro elemento importante a concluir es que las dos empresas no beneficien a la economía interna de Huatajata, mediante la adquisición de insumos especialmente agropecuarios.

e) Demanda de comensales

La demanda de comensales, alcanza en total en los dos establecimientos gastronómicos a 3.640 clientes al año; 1300 clientes en Yach Club (35,7%) y 2340 en Crillón como comensales efectivos (64,2%).

La demanda de comensales del restaurante de Suma Uñtawi de Crillón, está representando mayormente por extranjeros con alta capacidad de gasto; son turistas que forman parte de los programas de viaje organizados por la operadora Crillon Tours. Por otra parte, los servicios a nacionales se ve reducida principalmente por los altos costos de sus productos. Sin embargo, Yach Club Boliviano está más accesible en términos de precio para el mercado nacional, teniendo dentro de sus clientes a visitantes nacionales, socios del club y extranjeros que tienen referencia del Club deportivo.

f) Gestión de la empresa

Ambas empresas tienen una gestión de tipo empresarial, las mismas tienen a su vez concesionarios privados. Las acciones de tipo comercial, en el caso del restaurant de "Suma Uñtawi" está asociada a la promoción de la empresa operadora Crillón Tours. En el caso de Yach Club, no se hace promoción. Ambas empresas están administradas por personas con nivel de estudios superiores. En el primer caso, con residencia en La Paz y en el segundo, en Huatajata. Ambos profesionales del campo de la gastronomía.

2.3. SECTORES TOTAL Y PARCIALMENTE IMPACTADOS

Una primera aproximación teórica es que el turismo a nivel local de Huatajata tiene impactos en ramas o sectores productivos que podríamos clasificar en

sectores totalmente impactados y sectores parcialmente impactados. Sin embargo, la clasificación es de tipo cualitativo y no cuantitativo debido a la complejidad del efecto en términos proporcionales. Lo que significa que no se conocen indicadores de cómo afecta cada divisa generada por turismo en cada sector de la economía nacional.

Cuadro No. 28
Efectos del turismo en sectores económicos de Huatajata

Sectores totalmente impactados	Sectores parcialmente impactados
- Establecimientos de alojamiento u hospedaje	- Otras empresas de transporte local: cooperativas y sindicatos
- Establecimientos gastronómicos o de alimentación	- Comercios o tiendas locales
- Empresas de puertos turísticos	- Empresas de suministro de combustibles y aceites
- Transporte de lanchas o proveedores de agencias de viaje	- Empresas proveedoras de bebidas y gaseosas
- Negocios artesanales	- Actividades agrícolas locales
- Actividades de recreo y diversión	- Panaderías
- Empresas proveedoras de trucha y pescados	- Construcción

Fuente: elaboración propia en base a trabajo de campo, 2000.

Este cuadro si bien determina qué actividades están directamente o indirectamente afectados a nivel local, lo que no hace es cuantificar los impactos fundamentalmente por la carencia de indicadores del efecto inducido del turismo por sectores, dado que no existen en Bolivia estudios similares que permitan hacer proyecciones a nivel local, mucho menos a nivel regional que represente confiable, aunque es obvio los esfuerzos que se deben hacer al respecto a fin de seguir profundizando las investigaciones económicas del turismo.

3. EFECTO DE DEMANDA DE LA TRANSPORTACIÓN DE LANCHAS DE TURISMO

En este tema se abordará la productividad y los efectos del sector transportador de lanchas de Huatajata que se dedican a proveer y ofrecer servicios de lanchas a los turistas.

Para analizar su importancia económica se hizo una investigación insitu con los propietarios de las lanchas a los que se pidió datos promedio sobre a) No. de viajes que hace en un mes, b) No. de paseos por hora que hace en un mes y c) los precios del servicio y los costos básicos. En total el trabajo de campo refleja que existen 27 personas que se dedican como proveedores de servicios de transportación de lanchas, generándose de esta forma 27 empleos directos, todos hombres, de los cuales el 22% (6 lancheros) trabajan de forma permanente todos los días del año y el 77% (21 lancheros trabajan solamente durante los fines de semana y los feriados). La investigación se realizó el 31 de mayo del 2000 y contó con la colaboración de Dn. Iván Cahuaya, oriundo de Huatajata e hijo de uno de los propietarios.

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

Para explicar la importancia económica de los prestadores de servicios de lanchas se formuló un proceso metodológico básico cuyo objetivo fue precisar el alcance de su producción, calcular sus ingresos globales y finalmente hacer una aproximación de los beneficios del turismo a nivel de personas o familias que se dedican a esta actividad en Huatajata.

Primero, para calcular la producción, se definió que los principales productos de estos servicios son dos:

- Viaje a islas y
- Paseos por hora.

La producción total anual del sector está dada por:

$$PTA = PRVIM \times 12 \text{ y } PRPHM \times 12$$

Donde:

PTA = es la Producción Total Año,

PRVIM = Promedio de Viajes a la Isla al Mes,

12 = es el valor de 12 meses del año y

PRPHM = es el Promedio de Paseos por Hora al Mes

Nota: Los viajes se contabilizaron en *No. de Viajes Isla al Año* y los paseos en *No. de Paseos por Hora al Año*.

Segundo, la demanda total (DT) de la transportación local lacustre se obtuvo siguiendo la siguiente fórmula:

$$DT = (\text{No. Viajes al Año} \times \text{Promedio de Pasajeros}) + (\text{No. Paseos por Hora al Año} \times \text{Promedio de pasajeros})$$

Tercero, para estimar los ingresos totales brutos al año (YTA) de la transportación lacustre ligada al turismo se utilizó la siguiente fórmula:

$$YTA = (\text{No. Viajes Isla al Año} \times \text{Precio}) + (\text{No. Paseos por Hora al Año} \times \text{Precio})$$

Finalmente, cuarto, los beneficios netos se estimaron de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$BNTTL = YTA - \text{Costo de Operación}$$

Donde:

BNTTL = son los Beneficios Netos Totales de la Transportación de Lanchas y

YTA = es el Ingreso Total Año del sector.

Costo de Operación = costo de gasolina, aceite, cabotaje, uso de puerto de la isla, salario personal y mantenimiento.

3.2. LA PRODUCCIÓN TURÍSTICA DE LAS LANCHAS

El siguiente cuadro muestra el promedio mensual de producción de este sector y la producción anual, clasificados de acuerdo a sus dos principales productos como son *viajes a las islas* y *paseos por hora*.

Cuadro No. 36
Producción anual de la transportación turística de las lanchas, 1999

Productos	Promedio Mes	Total Año
Viajes a la islas	134	1608 Viajes
Paseos por hora	212	2544 Horas

Fuente: En base a trabajo de campo y el cuadro del anexo No. 4

Los resultados de este cuadro nos muestran que durante el año 1999 ha habido aproximadamente 1.608 *viajes hacia las islas* de Suriki, Kalauta u otros, cuyo puerto de acceso fue Huatajata, con una demanda principalmente concentrada en las agencias de viaje que contratan los servicios de las lanchas como proveedores. Lo que significa que la demanda de estos viajes está concentrada en visitantes extranjeros.

Por otra parte, los *paseos por hora* suman en total aproximadamente 2.544 horas, que consiste en alquilar los servicios de una lancha para paseos por la costa de Huatajata que no significan viajes a las islas, razón por lo que analizamos por separado. Este último producto, contrariamente al primero tiene una demanda concentrada en los nacionales o visitantes de fin de semana o feriados, especialmente de la ciudad de La Paz. (ver aproximación al estudio de la demanda en este mismo documento).

3.3. DEMANDA O FLUJO DE VISITANTES TRANSPORTADOS

La estimación de la demanda promedio de pasajeros para cada caso se trabajó en función de conversaciones con capitanes de las lanchas, habiendo elegido un indicador bastante moderado como se expresa en la tabla. Ahora bien, es preciso hacer algunas aclaraciones con relación a las cifras:

Primero, los visitantes no residentes de Huatajata que usan servicios de transporte de lanchas ya sea para viajes o para paseos por hora o media hora alcanzan a una cifra de 28.392 visitantes al año, donde el 72% de este flujo alquila solo para dar unos paseos por la costa de la zona de estudio, mientras el 28% contrata una lancha para irse de paseo hacia las islas.

Cuadro No. 37
Pasajeros transportados en lanchas en 1999

Producto	No. ó Cantidad	Promedio de pasajeros	Demanda o Flujo Total	%
Viajes a las islas	1608	5	8040	28 %
Paseos por hora	2544	8	20352	72 %
Totales	4152	6.5	28392 pasajeros	100 %

Fuente: elaboración propia.

Segundo, el 90% de los pasajeros que viajan a las islas son extranjeros y el restante 10% nacionales. Este porcentaje tiene como fundamento la serie histórica de proyección de la demanda de la isla Suriqui que muestra que en un 9,4% son visitantes nacionales. Con lo cual, se llega a la distribución porcentual en la siguiente tabla y la conclusión es que aproximadamente un total de 7.236 extranjeros que usan el puerto de Huatajata y 804 nacionales al año (sobre un total de 8040 pasajeros).

Cuadro No. 38
Distribución de pasajeros que viajan a las islas en extranjeros y nacionales, 1999

Visitantes	No.	%
Extranjeros	7236	90
Nacionales	804	10
Total flujo de pasajeros a las islas	8040	100

Fuente: elaboración propia en base a la proporción porcentual a la serie de proyección de la demanda de la isla Suriki pag. en esta tesis.

3.4. INGRESOS BRUTOS DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Los ingresos brutos generados por el sector de la transportación de lanchas en Huatajata al año asciende a 57.409 dólares americanos. Esta cifra demuestra

que la economía turística local de Huatajata recibe un importante aporte en términos de ingresos globales.

Cuadro No. 39
Ingresos brutos al año por transportación turística de lanchas, 1999.

Producto	No.	Precio estándar En Bs.	Ingresos Totales al Año En Bs.	Ingresos Totales al Año En \$US.	%
Viajes a las islas	1608	125	201.000	32.630	56,8
Paseos por hora	2544	60	152.640	24.779	43,2
Totales	-	-	353.640	57.409	100

Fuente: elaboración propia, 2000. T/C = 6.16

Este cuadro permite hacer tres conclusiones iniciales:

Primero, su papel es fundamental como prestador de servicios o proveedor del servicio, principalmente para las agencias de viaje y obviamente para la recreación de los visitantes.

Segundo, demostrada su importante aporte para la operación de los circuitos por el lago, será necesario promover su mejora, apoyar la capacitación de su personal, fomentar la mejora del confort y la calidad de sus servicios y estimular su reconocimiento como prestador de servicios con normativas nacionales y regionales.

Y, tercero, el reconocimiento del sector está plenamente justificada y debería hacerse mediante una reglamentación específica dentro de la Ley de Turismo de Bolivia, con un tratamiento especial, ya que se trata de familias campesinas, en términos de legalizar su operación con condiciones básicas no distintas a su actual funcionamiento, con la finalidad de que pueda ser sujeto de líneas de cooperación internacional o nacional, principalmente para mejorar su calidad de servicio y capacitación.

3.5. BENEFICIOS

Los beneficios netos que genera este sector se estiman que gira en torno a Bs. 153.267.- (43,3%) al año que es el resultado neto que llega a los bolsillos de las familias que se dedican a esta actividad. Por el contrario, los costos de operación del conjunto de las lanchas significan el 56,6% (Bs. 200.373). El promedio de ingresos a cada lanchero al año o familia al que pertenece esta persona es de 5.676 Bs. (tomando en cuenta que el total de los lancheros asciende a 27 personas).

El porcentaje del Costo de Operación fue definida mediante un muestreo con algunos lancheros y estas contemplan el costo de gasolina, aceite, cabotaje, uso de puerto de la isla, salario al personal y mantenimiento. En el siguiente cuadro notará el lector que existe una amplia diferencia con relación al costo de operación de los viajes a las islas respecto al costo de operación de los paseos por hora, esta diferencia se justifica porque los paseos por hora, según los mismos lancheros, no consume mucha gasolina y aceite debido a que el *motor fuera de borda* no es exigida a tope, y no contempla el pago de uso de puerto.

Cuadro No. 40
Beneficios netos de la transportación de lanchas al año, 1999.

Producto	Ingreso Brutos Total Año en Bs.	(-) Costo de Operación Bs.	%	Beneficios netos en Bs.	%
Viajes a las islas	201.000	149.544	74,4	51.456	25,6
Paseos por hora	152.640	50.829	33,3	101.811	66,7
Totales	353.640	200.373	56,6	153.267	43,3

Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo. 2000.

Este cuadro permite hacer las siguientes conclusiones:

Primero, los viajes a las islas no representan atractivos debido a que el proveedor de servicios de lanchas trabaja con un margen muy mínimo como utilidades tomando en cuenta por ejemplo el costo alto del capital de los motores fuera de borda y la lancha, y el tiempo que representa el servicio (dos a tres horas), normalmente media jornada.

Segundo, la oferta de lanchas es superior a la demanda que determina una permanente competencia entre los proveedores que no permite mejorar el margen de utilidad, principalmente entre los lancheros que trabajan con agencias de viaje, las mismas que se ven favorecidas por esta situación. Esta realidad probablemente no esté permitiendo mejorar las condiciones del servicio por sí mismo, debido también a que la economía de las familias campesinas está muy afectada por la crisis y que cada vez necesitan más ingresos.

Y, tercero, se ha demostrado con el anterior hecho que este sector está plenamente desprotegida, sin capacidad de negociación colectiva ni normativas que le den fuerza institucional para organizarse mejor y prestar mejores servicios.

4. EL EMPLEO AFECTADO POR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN HUATAJATA

En este tema se refleja el Empleo Turístico (E.T.), de acuerdo a los parámetros del INE y del Viceministerio de Turismo, donde el E.T. es el resultado de la sumatoria del empleo directo y el empleo indirecto.

La cuantificación del empleo directo del turismo de Huatajata se efectuó mediante el trabajo campo y los instrumentos aplicados, mientras el empleo indirecto se determinó de acuerdo a la fórmula matemática de la repercusión del empleo turístico.

De esta forma, el Empleo Turístico se determinó usando la fórmula:

$$\text{Empleo Turístico} = \text{Empleo Directo} + \text{Empleo Indirecto}$$

4.1. EMPLEO DIRECTO POR SECTORES TURÍSTICOS

Después de haber realizado distintos trabajos o estudios de campo acerca de la oferta y los servicios existentes en Huatajata, con relación al empleo, ya es posible hacer una aproximación real a los empleos en todo el destino rural.

Según nuestro cuadro siguiente, en Huatajata existen en total 159 empleos directos generados por actividad directamente relacionada al turismo, donde el 51% son empleos en el sector gastronómico, el 17% son empleos en el transporte lacustre de tipo turístico, el 17% de los empleos son generados por la empresa Crillón, el 9% por la empresa Yach Club Boliviano, el 4% por los alojamientos locales y el 2% por el trabajo artesanal de la totora.

Para nuestro análisis también será importante destacar que de estos empleos, el 85% (136 empleos) son para los pobladores del lugar y el 14% (23 empleos) para gente cuyo origen de residencia es la ciudad de La Paz. Además, la investigación de campo nos permite determinar el empleo por su duración:

donde el 60% (96 personas) son empleos permanentes y el restante 40% (63 empleos) son temporales o eventuales generados durante los fines de semana y los feriados.

El siguiente cuadro detalla algunas particularidades por sector turístico:

Cuadro No. 41
Resumen del empleo directo del turismo de Huatajata

Sector	Total	%	Origen		Duración	
			Locales	De Ciudad	Permanente	Temporale
Restaurantes	81	51	76	5	40	41
Hostales	6	4	4	2	6	0
Hotel Puerto Crillón	27	17	17	10	27	0
Yach Club Boliviano	14	9	9	5	14	0
Lancheros de turismo	27	17	26	1	5	22
Museo de balsas de totora	4	2	4	0	4	0
Totales	159	100	136	23	96	63

Elaboración propia en base a trabajos de campo, 2000.

Será importante aclarar que los empleos del sector gastronómico refleja datos de 14 restaurantes ubicados en el cantón Huatajata y que los empleos de dos restaurantes uno de Crillón y otro de Yach Club están incorporados en la fila correspondiente de estos.

Para hacer estudios más específicos véase el siguiente cuadro:

Cuadro No. 42
Detalle de distribución del empleo directo, 2000

Sector	Nombre del establecimiento	No. de empleos Directos
Restaurantes	Inti Raymi	5
	Panamericana	9
	Mirador	4
	El Lago	5
	La Playa	7
	Yawar Mallku	6
	Casa Verde	5
	Cabaña	3
	Kala Uta	5
	Samawi	6
	Sol Andes	7
	Pachamama	10
	Inti Karka	6
	Lago Azul	3
Hostales	3 hostales (Inti Karka, L. Azul, Pachamama)	6
Hotel /Puerto	Utama /Crillon Tours	27
Puerto deportivo	Yach Club Boliviano	14
Lancheros de turismo	Lancheros	27
Artesanos	De balsas	4
TOTAL		159

Fuente: Elaboración propia, 2000.

4.2. EMPLEO INDIRECTO

El empleo indirecto es un indicador que es el resultado del efecto de cada empleo turístico en el resto de la población. En turismo este dato se obtiene a partir del coeficiente o valor de repercusión. El coeficiente que usaremos será la empleada por el INE y el Viceministerio de Turismo de Bolivia, que indica que cada empleo en turismo genera 3 empleos indirectos. Este valor se justifica debido a que en los países Latinoamericanos la relación de Empleo vs. Capital es mucho mayor que en los países industrializados. Es decir que en Bolivia se necesita mayores empleos para producir un producto que en países desarrollados porque en estos últimos los factores de producción son más industrializados, según la Unidad de Estadísticas de Turismo (Viceministerio de Turismo de Bolivia, 2000)

Matemáticamente esto se expresa así:

$$EI = 1 \times 3 (ED)$$

Donde:

EI = es el empleo indirecto,

3 = es el valor de repercusión de un empleo turístico y

ED = es el empleo directo del turismo.

De esta forma, tenemos:

$$EI = 1 \times 3 (159)$$

EI = 477 empleos indirectos.

Como se observa en el resultado del procedimiento, Huatajata como destino turístico genera en total 477 empleos que benefician de forma indirecta.

4.3. EL EMPLEO TURÍSTICO

De esta forma llegamos a saber el empleo turístico de Huatajata:

Empleo Turístico de Huatajata = 159 empleos directos + 477 empleos indirectos.

Por tanto, Huatajata como destino de turismo "rural" genera 636 empleos a favor de la economía regional.

Pos sí mismo, este resultado ya es importante tomando en cuenta que se trata de un centro turístico que se encuentra en una fase de crecimiento, que de darse la posibilidad de llegar a una fase de consolidación será un aporte mucho más significativo a nivel social y también a nivel económico.

5. IMPORTANCIA TURÍSTICA DE HUATAJATA: ATRACTIVOS, FACILIDADES, INFRAESTRUCTURAS Y PERFIL DE LA DEMANDA

El destino turístico de Huatajata ha evolucionado lentamente desde la segunda mitad de la década de los sesenta, habiendo complementado su economía agraria con la de servicios, y desde entonces hoy es parte de una oferta tradicional del turismo regional, evolución que gira entorno al elemento de paisaje y naturaleza del lago Titikaka. Actualmente se encuentra en plena *fase de crecimiento* del destino turístico ⁽³⁾

Este capítulo es un apartado complementario de nuestro estudio, no sustancial, cuyo objetivo es reflejar la situación actual del turismo de Huatajata en términos de oferta y demanda.

5.1. FACTORES ATRACCIÓN TURÍSTICA

a) Fuerte influencia del valor paisaje y contacto de la naturaleza

El paisaje lacustre de la costa de Huatajata es un gran factor que determina su evolución como destino turístico local en el Lago Titikaka. El lago como recurso natural tiene un importante valor para el mercado internacional y con poder de motivación que mueve flujos de demanda interna y extranjera. La costa ofrece al visitante el contacto con la naturaleza, el descanso y el relax de fin de semana. Además de que la zona destaca por la diversidad de aves, flora y otras especies de fauna.

De acuerdo a la investigación de la demanda (ver estudio de la demanda), el 80 % de los visitantes a la zona dicen venir motivados por la combinación de "Contacto con la naturaleza", "Gastronomía", "Descanso" y "Paseos en lancha", datos que confirman la valía del paisaje y el entorno natural de la Huatajata.

³ En el estudio "El turismo en el área rural de Huatajata: Hacia un modelo de desarrollo turístico de las comunidades campesinas", en su capítulo IV de *modelo de ocupación e implantación turística*, se analiza como profundidad. F. Yapu G. España, UIA. Febrero-2000.

Huatajata tiene un microclima agradable con espacios de bosques de eucaliptos que permite a los pobladores y visitantes disfrutar de la naturaleza y climas variados desde la mañana hasta el ocaso. Las frondosas totorales (juncos) de las orillas son sitios apropiados para la reproducción de aves como la gallineta común, gallineta de agua, gallereta gigante, maca alicorto, gaviota andina, cuervillo de la puna, pato cola aguda, pato barcino, pato puna, pato ala azul, pato zambullidor, codorniz, paloma, tórtola, ganso andino y otros de los entornos lacustres (Claude Dejoux; 1991, 465-473). En sus orillas crecen variedad de vegetales, algas y juncos que configuran ecosistemas de hábitat de microorganismos, peces, ranas, etc.

Este entorno natural es el recurso que atrae visitantes y facilita la expansión de las ofertas hasta ahora escasas de la zona. El desafío será, por tanto, mantener de forma sostenible esa imagen de sitio de naturaleza y área de descanso familiar, limpio y tranquilo.

b) Entorno cultural diverso y particular

La zona turística de estudio recibe una fuerte influencia de los factores de atracción cultural del Lago, cuyas islas, penínsulas y bahías cuentan con restos arqueológicos de la cultura Inca y Tiwanaku, donde el contexto social está caracterizada por pobladores descendientes de los aymaras de ricas tradiciones ancestrales vivas de los cuales se destacan:

- *Las habilidades artesanales.* Es de especial atracción visitar las casas de los artesanos de las balsas donde se reproducen balsas gigantes o transoceánicas y pequeños souvenirs de totora para los visitantes. La familia Esteban y la familia Catari destacan en las artesanías de la totora.
- *La pesca y agricultura:* estas actividades de la vida diaria y cotidiana de los huatajateños que se caracterizan el paisaje rural, que además juegan un papel complementario al paisaje natural.

- *Vida social y autenticidad:* Lo más destacado del contexto social para fines turísticos es la presencia de la mujer de pollera (falda) que cargada de su niño en la espalda trabaja la tierra junto al esposo, este dirige la yunta de toros con arado abriendo la tierra para sembrarla. La vida social de la feria local, las relaciones ancestrales de respeto a nivel de parentesco, las formas de colaboración recíproca como el ayni, la mink'a, etc. hacen juego con una cultura aymara que heredó el idioma que es muy apreciado principalmente por los extranjeros.
- *Las festividades y ritualidades:* el pueblo tiene 7 fiestas al año, uno en cada comunidad las mismas se destacan por las danzas tradicionales como los *morenos*, las *ch'utas* y danzas autóctonas. Sus principales festividades son *los carnavales*, *la fiesta de Santiago (25 de julio)*, *la fiesta de San Pedro (28 de junio)*, *la fiesta del 6 de agosto* y *la fiesta de Asunción (15 de agosto)*. En el ámbito de las ritualidades se destaca las practicas espirituales de ofrendas a la diosa de la pachamama y los achachilas, especialmente en tiempos de sequía, siembra y cosechas.

c) Degustación de las comidas junto al lago

La gastronomía local aunque es un factor resultante de la oferta de comidas de restaurantes se constituye en la zona como un importante recurso de atracción. Según las encuestas a la demanda, muchas familias optan el aprovechamiento de las vacaciones cortas, el tiempo libre de los fines de semana y los feriados para salir a comer junto al paisaje del lago. Las ofertas de platos se basan en la trucha y pejerrey, aunque se destacan por otras comidas como el *chairo*, cebiche, pollos y carnes. Degustar junto al lago disfrutando de su paisaje es algo reconfortante que impulsa el desarrollo de las ofertas de restauración.

d) Otros recursos ligados a la práctica de determinadas actividades

Estos están ligados a las actividades al aire libre, que por cierto son muy limitadas, como el disfrute de excursiones y paseos en lanchas o botes a remo. Aunque son propiamente actividades, estas no han dejado de influenciar a los

visitantes como recursos que motivan llegar hasta Huatajata y contratar los servicios para conocer las islas o tomarse simplemente unos paseos por los alrededores de la costa. Se destacan también actividades a vela, surfing, motonáutica, esquí acuático, otros desde el Club de Yates del lugar que es de tipo privado.

Las áreas verdes, dan lugar a actividades de picnic, organizadas de forma espontánea por visitantes de bajos ingresos económicos. Esta actividad creció la última década y es creciente especialmente durante los domingos y los días de feriado en la cancha de fútbol de la escuela Antonio Chiriotto de Huatajata.

5.2. FACTORES FACILITADORES Y/O SERVICIOS TURÍSTICOS

a) Hospedaje

Huatajata es un destino de escala y no de estadía. El número de camas disponibles es de 202 y el porcentaje de ocupación aproximadamente 11,25%. Existen cuatro establecimientos: un hotel y 3 hostales no reglados de propiedad de los residentes locales. En el caso del Hotel de propiedad de la empresa operadora más grande de Bolivia, Crillón Tours, ésta no es accesible al público nacional por sus elevados costos de estadía y más bien funciona con clientes internacionales de tours organizados que contemplan la pernoctación en Huatajata.

Cuadro No. 43
Establecimientos de hospedaje de Huatajata, 1999

Categoría	No. de camas aprox.	% ocupación anual aprox.	Inversión Estimada \$us
Hotel Inca Utama *****	130	35	6.000.000
Hostal Inti karka	15	4	30.000
Hostal Lago Azul	27	3	35.000
Hostal Pachamama	30	3	40.000
Total	202	11,25	6.105.000

Fuente: Elaboración propia.

b) Restauración

Los años 80', los establecimientos de restauración crecieron en un 250% con relación a la primera década y finalmente en la década de los 90' la oferta de restaurantes continuó su ascenso habiendo crecido en el orden del 140% con relación a la década anterior.

En el cuadro siguiente se refleja la oferta de restaurantes según año de creación, confirmando los datos anteriores, mayores datos acerca de este sector están ampliamente desarrollados en un capítulo estrictamente dedicado a los efectos de los establecimientos gastronómicos en la economía local, desarrollado el capítulo II de este trabajo.

Cuadro No. 44
Establecimientos de restauración de Huatajata, 2000
Por año de creación, capacidad y servicios

No.	Nombre	Año de Creación	Capacidad	Inversión aprox. en infraestructura \$us	Servicios complementarios
1	Inti Raymi	1972	50	25.000	Paseos en lanchas y botes a remo.
2	Inti Karka	1975	40	30.000	
3	Lago Azul	1980	35	35.000	Paseos en lancha y teléfono.
4	Panamericana	1983	60	40.000	Paseos en lancha.
5	Mirador	1985	35	15.000	Paseos en lancha, teléfono, juegos para niños
6	El Lago	1987	40	15.000	Paseos en lancha, teléfono, juegos para niños
7	La Playa	1988	40	20.000	Paseos en lancha, teléfono, piscina, parque infantil
8	Yawar Mallku	1994	40	20.000	Paseos en lancha.
9	Casa Verde	1996	40	40.000	
10	Cabaña	1996	25	15.000	
11	Kala Uta	1997	35	30.000	
12	Samawi	1998	35	30.000	Paseos en lancha.
13	Pachamama	1999	75	50.000	Paseos en lancha, expo fotos de balsas gigantes.
14	Sol Andes	1999	40	30.000	Juegos para niños.
	Total		590	395.000	

Fuente: El turismo en el área rural de Huatajata, F. Yapu. UIA. 2000.

Cuadro No. 45
Restaurantes incorporados a grandes empresas

No.	Empresas grandes	Año de creación	Capacidad	Inversión	Servicios
15	Rest. Crillón	1990-1995	120	--	Lanchas, aliscafos, hotel, museo andino y otros.
16	Yach Club Boliviano	1970-1980	100	---	Lanchas

Elaboración Propia

La oferta de establecimientos de restauración de tipo local y/o familiar alcanza a catorce con una capacidad total para 590 personas de forma simultánea. Por

otra parte, existen 2 restaurantes que son parte del Hotel Utama y el otro del Puerto Deportivo Yach Club Boliviano, con los cuales, totalizan en el cantón Huatajata 16 restaurantes funcionando a la fecha.

En los periodos hasta 1998, antes del año de estudiado en nuestra tesis, el crecimiento de los restaurantes también tuvo su repercusión en la generación de empleo que se reflejó de esta manera: Hasta los años 80' se creó solo en el sector de restaurantes de Huatajata aproximadamente 16 empleos directos, sobre un promedio de 4 empleos por restaurante. Hasta 1988 se creó en total 32 empleos, creciendo en un 50%. Hasta 1998, se crearon 56 empleos.

Cuadro No. 46

Empleos históricos generados por el sector de restauración hasta antes de 1999

Periodo	No. restaurantes	Empleos	Empleo acumulado
1972 a 1980	4	16	16
1983 a 1988	4	16	32
1994 a 1998	6	24	56

Fuente: elaboración propia en base a investigación de campo, 2000.

c) Empresas operadoras de turismo que usan Huatajata como Puerto de Escala

Las empresas de turismo receptivo que más frecuentan el puerto de Huatajata como punto de tránsito hacia sitios de visita tienen su centro de operaciones en la ciudad de La Paz, cuentan con transporte propio, guías bilingües y subcontratan servicios de transporte de lanchas de los residentes locales, con excepción de Crillón Tours y Balsa Tours. En 1992, según los registros de llegada a la isla Suriki, se transportó 3406 visitantes: 2.820 turistas extranjeros y cerca de 586 turistas nacionales (Yapu G., F., 1993) hacia la isla. Los circuitos usaron el puerto de Huatajata como punto de escala y tránsito. El flujo de 1999 hacia la isla Suriqui se estima que alcanza a 5657 visitantes no residentes aproximadamente de acuerdo al cálculo con una tasa de crecimiento del 8,9% de extranjeros (media histórica de la región, fuente: SENATUR, 1997) y -1,3% de crecimiento de Nacionales. Ver cuadro siguiente:

Cuadro No. 47
Proyección flujo turístico hacia la Isla Suriqui desde Huatajata.

Año	Extranjeros	Nacionales	Totales
1992	2820	586	3406
1993	3071	578	3649
1994	3344	571	3915
1995	3642	563	4205
1996	3966	556	4522
1997	4319	549	4868
1998	4703	542	5245
1999	5122	535	5657

Fuente: Elaboración propia en base a Yapu F, 2000. Universidad Internacional de Andalucía.

Las empresas operadoras que mayor presencia tienen en Huatajata son los siguientes:

Cuadro No. 48
Agencias de viaje que llegan a Huatajata, 1999

EMPRESA	ORIGEN	CIRCUITOS MÁS OPERADOS QUE INCLUYEN HUATAJATA
Crillón Tours	La Paz y Copacabana	<ul style="list-style-type: none"> • La Paz-Huatajata-Isla del Sol- Copacabana • La Paz-Huatajata-Isla Suriki.
Balsa Tours	La Paz	<ul style="list-style-type: none"> • La Paz-Puerto Pérez-Isla Suriki-Huatajata
Pachamama	La Paz	<ul style="list-style-type: none"> • La Paz-Huatajata-Isla Suriki-Huatajata-La Paz
Plaza tours	La Paz	<ul style="list-style-type: none"> • La Paz-Huatajata-Isla Suriki-Huatajata-La Paz
Perú Bolivian	La Paz	<ul style="list-style-type: none"> • La Paz-Huatajata-Isla Suriki-Huatajata-La Paz
Cordillera Real	La Paz	<ul style="list-style-type: none"> • La Paz-Huatajata-Isla Suriki-Huatajata-La Paz
Diana Tours	La Paz	<ul style="list-style-type: none"> • La Paz-Huatajata-Isla Suriki-Huatajata-La Paz
Milenarian	La Paz	<ul style="list-style-type: none"> • La Paz-Huatajata-Isla Suriki-Huatajata-La Paz
Condor Tours	La Paz	<ul style="list-style-type: none"> • La Paz-Huatajata-Isla Suriki-Huatajata-La Paz
Titicaca	La Paz	<ul style="list-style-type: none"> • La Paz-Huatajata-Isla Suriki-Huatajata-La Paz

Fuente: Elaboración propia, 1999.

d) Actividades turísticas

En el siguiente cuadro se puede observar las actividades más realizadas por las personas que visitan Huatajata. La información sustenta la relación de las motivaciones con las actividades más frecuentes. De esta forma, las caminatas

por los alrededores, las comidas en los restaurantes del lugar y los paseos por el lago son las más realizadas en el lugar.

Actividades más realizadas por los visitantes, según Gerc-Inartur (1997) son: la gastronomía del lugar, las caminatas por la costa y los paseos lacustres. Mientras las actividades menos frecuentes son: las visitas a la isla Suriqui, visitas a la Isla del Sol y las visitas a la Isla de la Luna

e) Puertos turísticos

Los dos puertos turísticos más importantes son de Crillón Tours y el Club de Yates que juntos tienen la mayor inversión privada en Huatajata. Ambos son de uso exclusivo de las empresas, en el primer caso para turismo organizado internacional y el segundo para los socios del club principalmente empresarios de la ciudad de La Paz.

Las dos empresas se constituyeron desde fines de los años sesenta en pioneros del turismo en el lago Titicaca. Crillón no solo es pionera de la zona sino es la operadora más importante de Bolivia con vigencia y que controla una buena parte del mercado organizado de turismo receptivo. Mientras, Yach Club Boliviano es la única empresa de yates de Bolivia de tipo deportivo y recreativo. Se calcula que la infraestructura de estos dos puertos sin contar las embarcaciones estaría valuado en 3 millones de dólares.

5.3. FACTORES BÁSICOS Y DE INFRAESTRUCTURA

a) La carretera y sus vinculaciones

La localidad de Huatajata se encuentra vinculada por la principal carretera internacional "Panamericana", con ventajas de accesibilidad distancia-tiempo favorables, a solo 87 kilómetros de la sede de gobierno y a una hora de viaje en movilidad. La calidad de la carretera es óptima por ser pavimentada, con superficie plana o normal con un mediano nivel de tráfico diario. Su proximidad

al pie de la vía favorece la visualidad del lago, haciendo del paso un tramo panorámico. Esta ventaja de localización hace de la "microregión" un punto que facilita su vinculación con el resto de la región ya sea por carretera o por las vías lacustres con las islas especialmente, por su función turística. Estos vínculos hacen que el peso del turismo Huatajateño incida en poblaciones como Suriqui, Quehuaya, Puerto Pérez, Tiquina y otros.

b) Transporte local

Este sector en Huatajata se divide en transporte lacustre de tipo turístico y transporte de carretera. En el primer grupo se encuentran un total de 130 embarcaciones relacionadas con actividades turísticas, de los cuales el 26% corresponden a residentes locales y el resto son de tipo privado pertenecientes a empresas y socios de Yach Club Boliviano. No se analiza la evolución de las lanchas en Huatajata debido a la carencia de información y las limitaciones de investigación de campo.

El siguiente cuadro refleja el estado actual de la oferta de transporte lacustre:

Cuadro No. 49
Embarcaciones de uso recreativo y turístico de Huatajata, 1999

Tipo de embarcacion	Cantidad	Inversión aprox. \$us
Lanchas grandes con motor	4	36.000
Lanchas medianas con motor	19	152.000
Lanchas pequeñas con motor	11	44.000
Aliscafos de Crillón	8	1.600.000
Lanchas del Yatch Club Boliviano	45	2.025.000
Veleros y otros del Y.C.B.	35	650.000
Otras embarcaciones privadas	8	96.000
TOTAL	130	4.603.000

Fuente: elaboración propia a partir de trabajos de campo.

Con relación al transporte de carretera, en total existen 49 unidades pertenecientes a residentes locales que están organizados en dos Cooperativas de Transporte: "Titikaka" y "Transporte Libre", los primeros cubren el tramo de La Paz - Jancoamaya y los segundos, La Paz-Chúa, ambos cruzando por

Huatajata. Estos medios satisfacen la necesidades de transportación de los locales, no son estrictamente turísticos, aunque algunos turistas extranjeros independientes y los nacionales suelen utilizar sus servicios, no existiendo datos al respecto. Su importancia radica en vincular el destino y fomentar las visitas del día para visitantes nacionales de bajo gasto.

Cuadro No. 50
Transporte terrestre de residentes locales, 1997

Tipo de transporte	Cantidad	Inversión aprox. \$us
MINIBUSES	45	540.000
CAMIONES	4	40.000
TOTAL	49	580.000

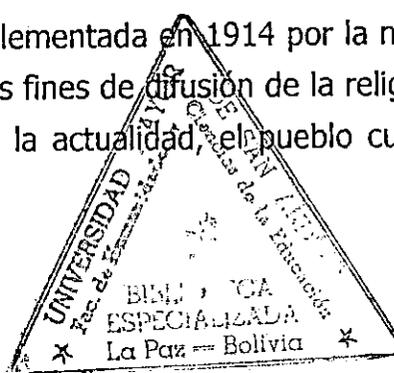
Fuente: elaboración propia a partir de trabajos de campo.

c) Educación y salud

Los habitantes de esta zona lacustre, tuvieron sistema educativo desde 1914 con la primera escuela indigenal apoyada por los Canadienses, mucho antes de la escuela indigenal del ayllu de Warisata (1953). Esta primera escuela funcionó desde ese entonces con el nombre de escuela "Antonio Chirriotto" de Huatajata a donde acudían estudiantes de diferentes lugares del lago Titikaka. En los últimos años se convirtió en núcleo educativo dependiente del Ministerio de Educación. Actualmente, la población cuenta con 2 escuelas primarias, un colegio secundario y un centro de educación media de adultos; llegando a cubrir alrededor de 1200 alumnos desde la primaria hasta la "CEMA".

Según el INE, 92, la población de 6 años y más por condición de alfabetismo en Huatajata alcanza a 1636 alfabetos y 540 analfabetos. Según nivel de instrucción, 687 personas tienen estudios básicos, 436 estudios hasta Intermedio, 352 a nivel medio, 5 a nivel técnico, 115 a nivel de normales superiores, 15 con estudios universitarios, ninguno 477 y otros 12.

Con relación a la salud también fue implementada en 1914 por la misma misión canadiense que eligió Huatajata para sus fines de difusión de la religión cristiana y la ayuda social a los campesinos. En la actualidad, el pueblo cuenta con un



centro de salud que atiende emergencias, partos y tratamiento de enfermedades. Tiene un item de doctor y una enfermera; sin embargo estos profesionales carecen de equipos médicos y medicamentos necesarios.

d) Otros equipamientos complementarios

La zona turística cuenta con instalaciones de energía eléctrica (220 voltios de voltaje), 216 viviendas cuentan con energía y 189 no tiene. El agua potable a domicilio, refleja la siguiente situación: casas con cañería dentro de la vivienda 21, con cañería fuera de la vivienda 206 y sin cañería 197, según la misma fuente del INE, existiendo desabastecimiento de agua en épocas de sequía. Entre otros equipamientos urbanos se destacan, una "casa de gobierno" del pueblo, la iglesia evangélica más grande de la región, tiendas de abarrotes, dos puertos privados grandes, alrededor de 10 atracaderos en la costa, una gasolinera, un centro artesanal, dos museos étnico y artesanal, disponibilidad de comunicaciones telefónicas a nivel nacional como internacional con discado directo, además de los equipamientos turísticos que describiremos más adelante.

5.4. PERFIL DE LA DEMANDA DE HUATAJATA

El análisis siguiente permite hacer una aproximación al conocimiento del "mercado turístico" de la zona. El conocimiento del perfil facilitará a los locales como a los planificadores, el proponer la mejora de los servicios a los intereses de la demanda.

a) Perfil del visitante

Las variables "socioeconómicas" tienen relación con el perfil "personal" del visitante, las mismas se resumen en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 51
Síntesis del perfil de mercado del turismo de Huatajata

Variable	Características
Sexo	59% son hombres y 41% son mujeres.
Edad	El 72 % son personas mayores a 30 años. El 28% de los visitantes entre 40 a 49 años, el 24% de 18 a 29 años, el 22% de 30 y 39 años, el 18% entre 50-59 años y solo 4% mayores a 60 años. 33% aproximadamente menores de 15 años.
Estado civil	El 58% de los visitantes son casados, el 28% solteros, 14% no responden.
Origen	El 83% corresponden a nacionales y solo el 17% a extranjeros.
Nacionales	El 88% son provenientes de la ciudad de La Paz y el resto del interior de la república. El foco de emisión es La Paz, por ser favorecida en tiempo, espacio y costo de viaje que son menores.
Nivel de estudios	El 84% tienen estudios universitarios, 2% no contestan y el restante con estudios básicos.
Tipo de profesión	El 43% son profesionales independientes, el 24% empresarios, 14% estudiantes, 4% jubilados, 4% funcionarios públicos, 4% amas de casa y 7 % otros. Es un mercado que mayormente está concentrada en personas con buena disponibilidad de ingresos.
Nivel de ingresos	El 66% ingresos medios, 18% con ingresos altos, 8% NR y el restante 8% con ingresos bajos.
Motivo de viaje	El 27% visita Huatajata por contacto con la naturaleza, 26% por descanso, 17% por gastronomía, 10% por paseos en lancha, 8% vacaciones, 6% por visitas a las islas, 3 % por tradiciones y cultura, y otro similar por otros motivos.
Experiencia del destino	28% llegan por primera vez y el 72% son repetidores de viaje, existiendo una importante fidelidad del destino.
Por qué repite el viaje	El 89% por interés por la zona, 3% por visita a familiares y amigos, 3% por otros motivos y 5% NR.

Modalidad de viaje	El 98% viaja de forma independiente y el 2% de forma organizada.
Grupo de viaje	El 78% viajan en familia, el 12% en compañía de amigos y 10% solos. Se confirma que el segmento es de tipo familiar. Es decir viajan grupos de parentesco.
Composición demanda	El 64% forman grupos de viaje entre 3 a 7 personas, 13% parejas, y otros entre 4% a 2%.
Tipo de desplazamiento	El 76% viaja en coche particular, 14% en coche alquilado, 8% en microbus regular (4) y solo 2 % en autobus.
Cómo se informó	El 82% se han informado por amigos o familiares; el 8% mediante guías y folletos turísticos; el 4% por publicidad en general y el resto NR.
Pernoctación	El 70% No pernocta, el 22% Sí y 8% NR. De los que pernoctan el 82% lo hace en el Hotel Titikaka.
Actividades más frecuentadas	Se destacan: - Las caminatas por los alrededores, - las comidas en los restaurantes y - los paseos por el lago. De los paseos en barcos se destaca la visita a la isla Suriqui.
Actividades que les gustaría realizarla en el futuro	La navegación a vela, los recorridos en barcas de totora, las excursiones y rutas en bicicleta, los espectáculos folklóricos y la visita a un centro de interpretación sobre y la cultura y naturaleza.

Fuente: En base a los siguientes estudios: Gerc-Inartur, 1998 Anexo No. ; y entrevistas a los visitantes de Huatajata Anexo No.

Este perfil de la demanda de Huatajata se encuentra similar al perfil del turismo rural en otros países, que están constituidos por residentes de áreas urbanas o de grandes ciudades, que buscan pasar sus vacaciones en el campo, gente que quiere un cambio de ambiente en compañía de su familia, un tipo de vida diferente que permite recuperar fuerzas, con deseos de acercamiento a la naturaleza y a las formas tradicionales de vida del campo, que buscan lugares tranquilos, sin mucho ruido y destinos no masificados. Los visitantes de composición familiar dan curso a llamarla el *mercado del turismo familiar* como habíamos argumentado en la fundamentación teórica, que está concentrada en las vacaciones escolares, feriados, sábados y domingos.

⁴ Microbus o llamado también *minibus* es aquella vagoneta con capacidad para 15 personas y que es el medio de transporte público interprovincial más usual hacia la localidad de Huatajata.

La composición familiar de los visitantes de Huatajata, implica la presencia de hijos menores (niños y jóvenes). Los datos que se reflejan en el anterior cuadro, no contemplan las edades de estos sectores dado que la entrevista ha sido dirigida al jefe de grupo o de familia. Para respaldar, esta composición, se ha visto por conveniente hacer una observación de campo, durante dos domingos, y refleja la siguiente conclusión empírica: la mayor parte de las familias que visitan Huatajata, en su vehículo particular o en forma de grupos de familias, optan hacer picnic en las áreas verdes de la localidad, y están constituidos, por los esposos en general acompañados por uno o dos niños o adolescentes. Nuestra observación permite afirmar, que, de cada grupo de 6 personas, 2, son niños o adolescentes, lo que significa que el 33% de un grupo familiar está constituido por niños menores de 15 años.

b) Aspectos satisfactorios e insatisfactorios

El estudio de la Gerc-Inartur, complementado con la nuestra, arroja que los aspectos más *satisfactorios* para la demanda turística son: La naturaleza del lago, la gastronomía local y el descanso / relax entre los destacados, es decir, que las expectativas de descanso familiar están satisfechas. Con relación a la oferta de alojamientos este es desconocido debido a que la mayoría de los encuestados no han pernoctado en la zona y los que sí, la califican de Bueno. La oferta de restaurantes es evaluada de Regular a Bueno, necesitando mejoras en la atención y la prestación de los servicios.

Pese a no tener una valoración alta equilibrada entre la oferta de servicios y la oferta de recursos, los entrevistados continuarán repitiendo sus viajes hacia esta población, y que además, recomendarán a sus amigos y familiares para visitarla. Estas últimas informaciones expresan que la fidelidad al destino es alto, un punto a favor de cara a la expansión del lugar.

Entre los aspectos *insatisfactorios* más destacados por parte de los visitantes entrevistados son: El gradual crecimiento en la acumulación de basuras, el

deterioro del paisaje por las construcciones de viviendas sin las mínimas condiciones de equilibrio, los excesos de velocidad de los automotores, la ausencia de señalización adecuada y homogénea, la ausencia de mayor capacitación de personal de contacto, la ausencia de mayores actividades para niños y adultos que permita mayor estadía, la oferta de platos poco diversificada y poco auténticos, la ausencia de sistemas de seguridad en las lanchas de turismo, la falta de información turística, la despreocupación pública de autoridades por mejorar las condiciones turísticas del lugar y la necesidad de mejorar los sistemas de calidad en la prestación de los servicios.

CAPÍTULO IV
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El balance general de la investigación es que ésta ha superado el alcance esperado inicialmente, habiendo plenamente satisfecho los objetivos, verificado las variables, en tanto se tenía como propósito analizar el fenómeno de los efectos del gasto turístico, su incidencia en el consumo e ingresos económicos de los restaurantes y de los lancheros, además del empleo local.

Las conclusiones se presentan divididas en dos partes: conclusiones centrales y conclusiones complementarias, clasificación que obedece a la importancia de los resultados: las conclusiones centrales hacen referencia a los temas principales de la tesis y las complementarias refuerzan esas conclusiones centrales.

En este capítulo también se contempla las recomendaciones; de esta forma, se tiene, conclusiones y recomendaciones finales.

1. CONCLUSIONES CENTRALES:

1.- El 76,5% del gasto turístico de la demanda de Huatajata se concentra en las actividades gastronómicas y la recreación lacustre.

Cuadro Nº 52

Distribución del gasto corriente, según grandes sectores en % para nacionales y extranjeros

Conceptos	Nacionales %	Extranjeros %	Totales %
Comidas y bebidas	51,36	44	47.68
Transporte ida y vuelta (*)	15,34	4,7	10.02
Alojamientos o hospedajes	6,73	-	3.36
Paseos en lancha, Diversión, Ocio	13,30	44,48	28.89
Compras de artesanías y recuerdos	8,75	6,69	7.72
Comercios del lugar	0,86	-	0.43
Pequeños gastos	3,59	-	1.79
TOTAL	100	100	100

Fuente: elaboración propia en base a encuesta de gasto turístico. 2000

De esta manera se demuestra que el gasto turístico de la demanda beneficia mayormente a los establecimientos gastronómicos y a la transportación de lanchas, actividades que han proliferado en los últimos años de manera importante.

El gasto medio de los visitantes de Huatajata obtenido en la investigación es de Bs.64 , y se estima que el gasto de la demanda en comidas, bebidas, paseos en lanchas, y en otras actividades de ocio en Huatajata al año, es de Bs. 2,6 millones aproximadamente. Del total del gasto, el 65% corresponde a visitantes nacionales.

Cuadro No. 53
Gasto total de la demanda de Huatajata

Tipo de visitante	No. de visitantes año	Promedio de Gasto por Día Bs.	Promedio de Estadía	Gasto Turístico Total Año Bs.	%
Nacionales	31.669	48,4	1,03	1'688.468	65
Nacionales efectivos de Establecimientos Gastronómicos	24.597	59,9	1,05	1'547.028	
Nacionales Delegaciones y de Picnic	7.072	20,0	1,0	141.440	
Extranjeros	8.683	106	1,0	920.398	35
Total general	40.352	64	1,01	2'608.866	100

Fuente: elaboración propia, 2000.

El promedio de gasto de los tres tipos de demanda del turismo de Huatajata es de Bs.64.-, equivalente a \$us. 10,4.- donde el promedio de estadía es solo de un día.

El gasto medio de Bs. 64.- es un dato razonable para Huatajata si hacemos la comparación con el gasto medio diario a nivel nacional del turismo interno que es de Bs. 152,5, tomando que estos últimos utilizan hospedajes de la ciudad. Además, sabiendo que en La Paz el turista nacional gasta solo Bs. 142.3. Decimos razonable porque estos montos de gasto medio del turismo interno debemos dividir por 2 días que es el promedio de estadía para nacionales en las ciudades, según datos disponibles de SENATUR 1994.

Los extranjeros gastan en Huatajata Bs. 106 (\$us 17.2) por día que son muy inferiores al gasto medio del turismo receptivo en Bolivia que es de \$us. 68.2 según la misma fuente.

El efecto multiplicador del gasto asciende cerca de Bs. 5,2 millones, utilizando de forma referencial el coeficiente 2, de que una unidad de boliviano genera dos unidades de bolivianos en el resto de la economía.

Cuadro No. 54
Efectos del gasto turístico en el resto de la economía

Visitantes	Gasto Total Bs.	Efecto en la economía nacional Bs.
Nacionales	1.688.468	3.376.936
Extranjeros	920.398	1.840.796
Total	2.608.866	5.217.732

Elaboración propia en base al multiplicador de 1x 2.

Por otro lado, **el gasto desde el lado de la oferta** (es decir mediante entrevistas a propietarios de restaurantes y lancheros) refleja que estos sectores han tenido ingresos por ventas y tours al lago que en conjunto asciende aproximadamente a Bs.1,6 millones al año. De esta forma, el efecto multiplicador de las ventas en la economía nacional es de aproximadamente Bs. 3,2 millones (Ver el siguiente cuadro N° 55).

Cuadro No. 55
Resumen de aporte económico de los restaurantes y lancheros a la economía local y nacional

Sector	Ingresos brutos generados al año		Efecto Multiplicador en la economía nacional	
	Bs.	\$us.	Bs.	\$us.
Gastronomía de establecimientos locales o familiares	1.045.876	169.785	2.091.752	339.570
Gastronomía de empresas grandes	219.744	35.672,7	439.488	71.345,4
Transportación de lanchas	353.640	57.409	707.280	114.818
Totales	1.619.260	262.866,7	3.238.520	525.733,4

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas con propietarios o administradores de restaurantes. T/C 6,16

La diferencia con relación a los datos del gasto, desde la demanda, tiene su explicación en los siguientes argumentos:

- Los ingresos obtenidos desde la oferta solo contemplan las comidas, las bebidas y la transportación en lanchas, y no así otros gastos en ocio como piscinas, visita a museo, saunas y otros gastos.

- El gasto desde el lado de la demanda probablemente esté en algunos casos, sobre todo en extranjeros implicando los pagos hechos a agencia de viajes por concepto de paseos en lanchas o viajes a las islas.
- De todas formas, hasta ahora los montos de gasto ya sea desde la oferta o desde la demanda han confirmado nuestra proposición tentativa de que la mayor parte del gasto estaba concentrada en restaurantes y lanchas, lo que significa que el grado de vinculación de estos sectores con la economía local es elevado, no por el origen de los insumos sino por las ventas.

La participación de 1,6 millones de Bolivianos al año, representan comparando con el PIB de Restaurantes y Hotelería (que asciende a Bs. 354.570.000) del Departamento de La Paz, el 0,45% de aporte. Esta comparación frente al conjunto industrial de restaurantes y hoteles de todo el departamento, no es aconsejable, dado que disminuye su participación. Lo ideal hubiera sido comparar con datos de PIB seccional o provincial, datos que no se encuentran disponibles.

2.- La producción turística de los establecimientos gastronómicos es altamente dependiente de economías de ciudad en relación a los principales insumos para satisfacer las demandas de servicios, con lo que se produce una fuga del valor añadido.

El análisis del origen de los principales insumos, ha demostrado que en el caso del sector gastronómico de tipo familiar, el 75% de los insumos son importados, beneficiando solo con el 24% de los costos de insumos a la economía local. Con lo cual, nuestra segunda hipótesis que planteaba textualmente: "Los principales consumos e ingresos del sector gastronómico de Huatajata benefician muy poco a la economía local", está plenamente comprobada con la investigación. Esto no significa que el turismo no sea importante para la economía local, lo que ocurre es que la economía local actualmente no es capaz de aprovechar por sí mismo las opciones para satisfacer los requerimientos de insumos; no pretendemos totalmente, sino elevar el coeficiente actual. Esta conclusión por extensión significa que el tejido productivo de la economía local de Huatajata no ha sabido

beneficiarse adecuadamente de las posibilidades que ofrece el turismo. Así, la economía agraria, principalmente, no aprovecha el mercado del turismo local por varios factores como la una producción no orientada a ese mercado, pequeñas parcelas, alto costo de producción, competencia posible y otros. Por consiguiente, en el proceso de desarrollo turístico, falla el entramado productivo local. Esta dependencia facilita la fuga del valor agregado hacia La Paz y El Alto, que se produce debido a las importaciones directas o indirectas desde esas ciudades, necesarios para satisfacer la demanda. Sin embargo, a nivel global las mencionadas importaciones que se transportan desde la ciudad, estimamos que no son importaciones de otros países, lo que significa que la producción turística de Huatajata es altamente dependiente de la economía nacional que es positivo en términos de su redistribución.

Con relación a los establecimientos gastronómicos de las dos empresas grandes de Huatajata: Crillón y Yach Club Boliviano, en términos de insumos para su abastecimiento no benefician en nada al cantón Huatajata. Siendo, sin embargo, significativo en términos de ingresos generados por ventas (23% del total); que de esta manera, tiene mayor peso en el conjunto del sector gastronómico. Por qué?. Porque la demanda es mayormente extranjera y los precios más elevados.

Por tanto, el grado de vinculación económica que tiene el sector gastronómico es bajo desde el análisis de los insumos agropecuarios requeridos, y es alta en términos de aportes al conjunto de la economía nacional.

3.- La población empleada en turismo de Huatajata representa el 23% de la PEA de toda la economía local de Huatajata. Con relación a la PEA de la Sección Municipal de Achacachi, los 159 empleos generados por turismo en Huatajata, representa el 0,69% de la PEA seccional y 0,55% de la provincia Omasuyos. Por otra parte, el empleo directo (159) + empleo indirecto (477) generan un total de 636 empleos turísticos en Huatajata, que es el 1,2% de los empleos directos e indirectos que genera el turismo a nivel nacional.

El turismo como actividad económica tiene ocupada de forma general a 159 personas (entre permanentes y temporales) de 7 y más años de edad, y esta cifra representa el 23% de la Población Económicamente Activa de todo el cantón de Huatajata 698 personas entre hombres y mujeres de 7 y más años de edad.

Haciendo un análisis solo de las personas que se dedican de forma permanente al turismo (y que esta alcanza a 96) su participación en el PEA del cantón de Huatajata representaría el 14%. De esta forma, la importancia del turismo de Huatajata se ve también por su participación significativa en el PEA.

4.- El valor multiplicador del sector gastronómico en la economía de Huatajata es inferior a la media nacional, demostrándose que la economía no está integrada aún a la economía turística de la zona. Esta situación sin embargo es absolutamente normal en una economía pequeña e incipiente en turismo como es Huatajata.

El multiplicador económico de la producción interna para satisfacer las demandas del turismo en el sector gastronómico es de 0,242, mientras el multiplicador de la producción importada fluctúa por el 0,758; lo que significa que el turismo Huatajateño sufre fugas de divisas hacia el exterior de su economía, dependiente en insumos de la producción de economías de ciudad, principalmente de la ciudad de La Paz y El Alto. De esta forma, el efecto en la dinámica interna de la economía local es inferior incluso al promedio nacional que es de 0,56. La explicación es que la economía interna de Huatajata no está

plenamente integrada con la actividad turística y por tanto no es capaz de auto generar los insumos requeridos para satisfacer la demanda de la producción turística. Este indicador se obtuvo a partir de la verificación del origen de los insumos, para lo cual se seleccionó 14 productos más consumidos por el visitante. De esta forma se concluye que los indicadores son aplicables al conjunto de la economía local.

5.- La producción agropecuaria que requiere el turismo de Huatajata anualmente es una importante demanda para promover la diversificación de la producción interna de la economía local.

El destino turístico de Huatajata es un importante mercado para satisfacer sus propias necesidades de insumos, requiriendo cada año 31 toneladas de papa, 12,69 toneladas de trucha rosada, 2,85 toneladas de tomate, 2,85 (t) de arroz, 2,86 (t) de zanahoria; 2,81 (t) de carne de res, 1,45 (t) de chuño, casi 3968 cabezas de lechuga y 2,2 toneladas de pejerrey. Estos resultados de la investigación de campo, justifican la necesidad de promover otras alternativas de producción agraria destinadas al turismo para mejorar la participación en los beneficios del mercado local.

De esta manera, se hace necesario estudios o proyectos concretos para diversificar las actividades de las familias campesinas introduciendo nuevas actividades orientados para producir tomates, lechugas, zanahorias, trucha y pejerrey. El apoyo a estas nuevas iniciativas de producción debe fomentar la participación de nuevas familias para ampliar los beneficiarios, como proveedores locales de estos productos.

6.- La adquisición de los principales productos de producción gastronómica tiene un costo anual que supera los 95 mil dólares americanos, generando un ingreso aproximado por ventas que es superior a 1,2 millón de bolivianos.

A precios de adquisición del mercado se necesitan cada año: Bs. 63.939.- para comprar papa, chuño, tomate, lechuga y zanahoria; Bs. 277.832.- para adquirir

trucha y pejerrey; Bs. 57.212.- en carne de res y pollo; Bs. 133.706.- en bebidas como la cerveza y las gaseosas. En total, se mueve para comprar los principales insumos alrededor de Bs. 583.165.- equivalente a Dólares Americanos de \$us 95.444.- por año. Por otro lado, las ventas de estos generan como ingresos brutos más de Un Millón de Bolivianos.

7.- El 68% de los empleos por turismo están concentrados en los sectores de la gastronomía turística y la transportación de lanchas. De esta forma, desde el lado del empleo está también demostrada nuestra primera hipótesis de investigación.

Los principales resultados que merecen ser resaltados son:

- El empleo turístico total de Huatajata asciende a 636 empleos de los cuales el 25% (159 empleos) son empleos directos y el restante 75% (477 empleos) son empleos indirectos.
- En los empleos directos, el 85% (136 empleos) son para los pobladores del lugar (empleo interno) y el 14% (23 empleos) son para gente cuyo origen de residencia es la ciudad de La Paz (empleo externo).
- El 60% (96 personas) son empleos directos permanentes y el restante 40% (63 empleos) son temporales o eventuales generados durante los fines de semana y los feriados.
- El peso del sector gastronómico en la generación de empleos directos es absolutamente superior llevándose el 51% de los empleos locales que alcanzan a un total de 159 empleos, siendo importante en términos de empleos fijos y eventuales durante todos los fines de semana y los feriados mayormente. De esta forma, se concluye que los restaurantes desde el ángulo del empleo tienen un elevado grado de vinculación con la actividad turística que otras actividades.

- Inmediatamente después de los restaurantes, la empresa Crillón y la transportación de lanchas locales dedicados al turismo ocupan el segundo lugar de importancia con el 17% cada uno. Esto demuestra que la vinculación con relación al sector gastronómico es inferior.
- Los establecimientos de hospedaje de categoría Hostales (aunque no se encuentran reglados), los artesanos, incluso el club de yates, individualmente tienen poco peso en relación al total de empleos, lo que justifica su poca relación económica con el pueblo. Esta conclusión confirma que Huatajata no es un destino de estadía, sino del día, existiendo deficiencias en actividades de ocio y diversión, ya que se encuentran bastante limitados o escasos.
- Huatajata, desde una visión de demanda nacional, no parece presentar a corto plazo una necesidad de primer orden el ampliar la oferta hotelera dado el perfil de la demanda nacional que por el factor distancia/tiempo se encuentra más seducida a retornar a la ciudad de procedencia; quizá esto explique los problemas que tiene por ejemplo el Hotel Titikaka para superar los estándares medios de estadía.
- Sin embargo, dado el perfil de la demanda extranjera que transita la región, no se descarta que Huatajata cuente con importantes elementos aún para fomentar la oferta hotelera orientado a este segmento, ya que en la actualidad su participación está bastante reducida.

2. CONCLUSIONES COMPLEMENTARIAS:

La finalidad de estas conclusiones son la apoyar las conclusiones centrales del destino turístico de Huatajata:

1.- El "destino turístico" de Huatajata ha evolucionado como centro turístico de forma muy lenta y sin planificación, observándose la multiplicación de las ofertas homogéneas con bajo nivel de calidad y ausencia de actividades alternativas de ocio.

El reto de Huatajata es evolucionar como destino local a una *fase de desarrollo y organización* que oriente su desarrollo hacia la sostenibilidad y competitividad de los servicios locales. La localidad actualmente se torna muy homogéneo en cuanto a su oferta que determina también la demanda con características homogéneas, observándose claramente la ausencia total de la diversificación de actividades de ocio que permitan ampliar la estadía y mejorar los ingresos de la gente.

Por otra parte, el "destino local", llamémosla "rural" se encuentra desregulada de la legislación nacional, al no existir normativas que reconozcan o regulen las actividades turísticas locales; fomentándose de esta manera el funcionamiento clandestino de muchos negocios, produciéndose la evasión de impuestos y la minimización de los servicios prestados a los clientes. Esta situación es peligrosa ya que puede degenerar la imagen del lugar y la propia calidad de la demanda, que a la larga permitiría la llegada de visitantes con poca capacidad de gasto y por tanto con mínimas exigencias en términos de calidad de servicios.

Huatajata se caracteriza por ser un destino en plena fase de multiplicación, no reglada como hemos mencionado antes, donde en la mayoría de los casos se trata de microempresas pequeñas y de carácter familiar, con una evidente falta de especialización y escasa formación del personal, que dificulta aún más el proceso de organización del destino hacia fases de desarrollo superiores, requiriendo por tanto mayor atención de parte de los organismos o instituciones

de fomento al turismo, incluso del municipio local, para mejorar la imagen turística local.

Así mismo, la escasa oferta complementaria que permita aumentar la permanencia de los visitantes en Huatajata así como la falta de información, dificulta su expansión, requiriendo en cualquier caso, ofertas de ocio, de animación sociocultural y otras actividades ligadas en todo caso a la naturaleza y el lago.

2.- El futuro turístico de Huatajata dependerá de la conservación del medio natural ya que este elemento es un condicionante de su crecimiento.

Los principales motivos de viaje de los visitantes son el "Contacto con la naturaleza", la "gastronomía", el "descanso" y "los paseos en lancha". Estos elementos están íntimamente ligadas al medio natural y a su estado de conservación, lo que significa que el sitio perderá su atraktividad si las condiciones ambientales y del paisaje son afectadas negativamente.

3.- El perfil mayoritario de la demanda turística de Huatajata es de tipo familiar, de origen urbano que busca recreación junto a la naturaleza del lago.

Los visitantes de Huatajata principalmente son nacionales, cuya residencia es la ciudad de La Paz, haciendo del sitio un destino de fin de semana, de tipo familiar, con ingresos medio altos, que organizan su viaje de forma independiente, con carro propio, cuya motivación es el interés de la zona por su naturaleza apta para el descanso y la degustación de las comidas locales basadas en la trucha. Sin embargo no es un destino de pernoctación, sino del turismo del día (excursionismo principalmente por el factor distancia/tiempo). Se observa la necesidad de diversificar actividades turísticas que amplíen las ofertas, den mayor posibilidad de gasto y motiven a mayor estadía.

En definitiva, podemos concluir que el escaso peso de la demanda extranjera (21,5%) respecto al total que es 40.352 visitantes, hace que su mayor demanda

esté concentrada en los nacionales (78,5%). Los nacionales a su vez son de dos tipos de demanda: los clientes de restaurantes que representan el 61% y los excursionistas que buscan espacios verdes el 17,5%. Esto demuestra el reducido grado de penetración de la oferta de Huatajata en la demanda extranjera, donde por otra parte existen espacios adecuados para fomentar su estadía, sobre todo con actividades temáticas relativos a la cultura ancestral y las actividades agropecuarias.

4.- Las inversiones turísticas solo en hotelería, restaurantes, embarcaciones turísticas y transporte terrestre no turístico asentada en Huatajata asciende a 14,6 millones de dólares aproximadamente, capaz, por sí solo, de generar importantes ingresos económicos, que justifican desde el punto de vista de las inversiones y capital privado la necesidad de crear un municipio turístico dentro de la provincia Omasuyos con capital en el cantón Huatajata. Por la ausencia de información de inversión en hotelería y en empresas turísticas de La Paz, se hace dificultoso comparae el peso real de la inversión calculada de Huatajata con relación al departamento, al lago Titicaca u otro centro turístico como Copacabana.

La estimación de las inversiones turísticas hechas en el cuarto capítulo, los análisis de ingresos económicos generados por turismo realizados en el tercer capítulo, son argumentos técnicos y económicos que justifican plenamente la creación de la Tercera Sección Municipal con capital en el cantón Huatajata. Esta conclusión se fundamenta porque el desarrollo turístico de la zona no recibe ningún apoyo del municipio de Achacachi, en cuanto a la promoción, mejora de los servicios, diversificación de la economía turística, incentivo a la inversión, etc.

Por su amplia vocación turística, por las empresas pequeñas y grandes asentadas allí, Huatajata necesita tener poder de decisión legal, política y administrativa de rango municipal para hacer de ella un verdadero centro turístico internacional. Además de ejecutar con cierta autonomía las iniciativas

de proyectos y programas de desarrollo turístico orientadas hacia una fase de *desarrollo y organización* de la zona y adyacentes.

Cuadro No. 56

Resumen de inversiones de capital privado en Huatajata

Rubro	Cantidad	Inversión aproximada en \$us
Hospedajes	4	6.105.000
Restaurantes	14	395.000
Embarcaciones turísticas	130	4.603.000
Transporte terrestre no turístico	49	580.000
Puertos privados	2	3.000.000
Totales	199	14.683.000

Fuente: elaboración propia, 2000

3. RECOMENDACIONES:

- 1.- El contenido de esta tesis es una aproximación a estudios económicos del turismo y cuenta con elementos de base para profundizar en el futuro el comportamiento económico del turismo interno en las áreas rurales.
- 2.- Para elaborar estudios comparativos de Huatajata con relación a otros pueblos como Copacabana, Puerto Pérez, Tiwanaku, Isla del Sol, etc., se sugiere estudiar las variables de insumos, el coeficiente multiplicador, los ingresos por ventas y empleos para determinar si el comportamiento del turismo es similar, tiene mayor vinculación o menor vinculación con la economía local.
- 3.- Por las limitaciones de investigación no se abordó una investigación detallada de los establecimientos de hospedaje y sus efectos en la economía interna de Huatajata, de modo que este tema también queda como recomendación para estudios posteriores.
- 4.- Otro aspecto importante de estudiar en el futuro es la relación económica que establece un circuito turístico del lago que por su movilidad establece una vinculación económica entre el operador, los pueblos y los turistas.
- 5.- La investigación no pudo abordar temas como la desregulación de la oferta rural en la legislación nacional, absolutamente ausente; el grado de evasión de impuestos de los establecimientos turísticos y sus posibilidades de cumplir o no con las tasas impositivas y otros aspectos legales.
- 6.- Otro tema importante que podría ser analizado en futuras investigaciones es el aspecto de los ingresos económicos del empleado de turismo y su incidencia en la aportación a la economía de las familias.
- 7.- Finalmente, invito a los lectores, en especial a estudiantes y profesionales de turismo, a motivarse para progresar en la investigación especializada, para

comprender la dimensión y situación del estado del turismo en las áreas rurales, incluso en los centros urbanos.

BIBLIOGRAFÍA

- Albó, Libermann, Godinez y Pifarré. *Para comprender las Culturas Rurales en Bolivia*. Bolivia, La Paz, CIPCA UNISEF MEC, 1990
- Antezana M., Oscar. *Qué es pobreza*. La Razón, La Paz, 8/12/99.
- Amartya Sen, (1998), extractado de La Razón, La Paz, 8/12/99.
- Bannock, Graham. *Diccionario de Economía*. México, Trillas, 1997
- Bonadona Cossío. Alberto. *Un shock a la demanda para superar la crisis*. La Razón, La Paz, 20/Agosto/2000.
- Boullón, Roberto C. *Los Municipios Turísticos*. México, Trillas, 1990.
- Boullón, Roberto C. *Planificación del Espacio Turístico*. México, Trillas, 1990.
- Capellà i Hereu Josep, et. al. *Turismo Sostenible en el Mediterráneo*. Málaga, 1998.
- Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo celebrada en Ottawa (Canadá) en junio de 1991. *Directrices de la comisión de Estadísticas de las Naciones Unidas de 1967*.
- Colegio Oficial de Economistas de Málaga. Efectos del turismo en la economía de Málaga. En: *El sector turístico de la provincia de Málaga*. Vol. I. Málaga:1996
- CONSULTUR, S.A. Cadena del gasto turístico. *Manual de gestión turística a nivel local*. Unión Europea. SENATUR, 1997.
- Comisión de la Comunidad Europea. *Les facteurs de résistance à la marginalisation dans les zones de montagne et défavorisées méditerranéennes communautaires*. Estudio realizado en 1992 por la cuenta de la Dirección

General VI (Agricultura). [<http://www.rural-europe.aeidl.be/rural-es/biblio/>]. 20 Septiembre del 2000.

Cuadrado Roura, Juan R. Y Arranz C., Alejandro. *Los impactos económicos del turismo desde la perspectiva del análisis input-output*. De: Introducción a la economía del turismo en España. Edit. Civitas, S.A. Madrid, 1996.

Diálogo II. *Conclusiones del Diálogo II*. La Paz, Presidencia de la República, 2000.

Díaz Alvarez, Amelia. *Turismo y medio ambiente: análisis económico*. De: Introducción a la economía del turismo en España. Edit. Civitas, S.A. Madrid, 1996.

Diputación de Málaga-SOPDE. *El Impacto del turismo residencial en la economía de la provincia de Málaga*. De: El turismo residencial y de segunda residencia en la Provincia de Málaga. España, 1997.

Ecomediterranía. *Turismo Sostenible en el Mediterráneo*. España, Ecomediterranía, 1998.

European Commission - AEIDL 1997/1999. *La clientela familiar, un nicho de mercado para el turismo rural*. Seminario LEADER realizado en Pillerseetal, Tirol, Austria, Marzo 1999.

Fayos-Solá, Eduardo. *La Nueva Era del Turismo*. S/F

Figuerola Palomo, Manuel. *Economía Turística*. Madrid, IMNASA, 1975

Fontanari, Martín., y Hinojosa, Carlos. *Agroturismo para regiones de estructuras bajas*. ERNST&YOUNG COSULTING MUNICH SRL. S/f

Fuentes G., Rafael. *El turismo rural en España: Especial referencia al análisis de la Demanda*. España, Libros sobre turismo, No. 4, Sjaño

Gerc-Inartur/Viceministerio de Turismo. *Plan de Ordenación Territorial y Turístico Integral del Lago Titikaka*. Bolivia, La Paz, 1998.

Hernandez Sampieri, Roberto; et. al. *Metodología de la Investigación*. México, Mc Graw Hill, 1991

Hidalgo Q., José. *Apuntes de Economía Turística II*. La Paz, UMSA, 1998. (inédito)

Huéscar, Augusto. *La ordenación y la planificación turísticas*. España, UIA, 1998

Instituto Nacional de Estadísticas INE-Bolivia. *Datos económicos del Cantón Huatajata*. CNPV'92. La Paz, 2000.

INE, MOSP, COSUDE. *Atlas Estadístico de Municipios de Bolivia*. La Paz, 1999.

INE. *Anuario Estadístico de 1999*. INE, La Paz.

INE. *La Paz, Indicadores Sociodemográficos por Sección de Provincia*. INE-Censo de 1992.

Instituto de Estudios Turísticos. *Manual del planificador del turismo rural*. España, IET, 1994.

Instituto Canario de Estadísticas. *Tablas Input-Output (del turismo)*. 1992.

Instituto de Estudios Turísticos. *Manual de turismo rural*. España, IET, 1994.

Iriarte, Gregorio. *Análisis crítico de la realidad: Compendio de datos actualizados*. Duodécima Edición. Bolivia, La Paz, Editorial CEPROMI, 1999.

Korten C., David . *¿El desarrollo como crecimiento o el desarrollo como transformación?*. De: Getting to the 21st century, Kumerian Press, West Hartford, Connecticut, 1990.

Lozano Peña, Antonio; Rastrollo H., M^a Angeles. *Efectos del turismo en la economía de Málaga*. En: El sector turístico de la provincia de Málaga. Vol. I. Málaga:1996

La Prensa, "Un tercio de América Latina es pobre". Bolivia, La Paz, ANF, 05/05/99.

LEADER Comunidad Europea. *La clientela familiar, un nicho de mercado para el turismo rural*. Pillerseetal, Tirol, Austria, Marzo, 1999. [<http://www.rural-europe.aeidl.be/rural-es/biblio/>]. 20 Septiembre del 2000.

Muñiz A., Daniel. *El peso del turismo Malagueño en el contexto regional*. De: El sector Turístico en la provincia de Málaga. España, Colegio Oficial de Economistas de Málaga, Tomo I. 1996

Marchena Gómez, Manuel. *El Desarrollo Sostenible del Turismo: Papel del Municipio*. Habana, OMT, 1996.

Molina E., Sergio. *El Posturismo: de los centros turísticos industriales a las ludópolis*. México, 1998.

Molina E., Sergio. *Turismo y Ecología*. México, Trillas, 1994.

Monfort Mir, Vicente M.; Morant Mora, Antonio y Ivars Baidal, Josep. Oferta turística y demanda turísticas. En: *Introducción a la economía del turismo en España*. Edit. Civitas, S.A. Madrid, 1996.

Navalón, Rosario. *El Turismo Litoral desde una perspectiva evolutiva y espacial*. España, Depto. Análisis Geográfico Regional Universidad de Alicante, 1998.

OMT. *Valoración de los efectos económicos del turismo*. De: Manual de economía turística. Madrid, 1992.

OMT. *Cuantificación de los beneficios económicos del turismo*. De: Acopio y compilación de las estadísticas de turismo. Manual Técnico No. 4. Madrid, 1998.

OMT. *Previsiones del turismo mundial hasta el año 2000 y después*. Madrid, 1997.

O.M.T. *Turismo Panorama 2020: Nuevas previsiones del turismo*. Junio, 1998.

OMT. *Desarrollo turístico sostenible. Guía para planificadores locales*. Edición Provisional, 1996

OMT. *Desarrollo Turístico Sostenible: Guía para planificadores locales*. Versión español 1996. Versión inglés 1993.

Orstom. *El Lago Titikaka: Síntesis del conocimiento limnológico actual*. Blivia, La Paz, Orstom/Hisbol, 1991

Palomo, Salvador. *Propuesta Metodológica para el aporte efectivo del turismo al desarrollo económico nacional y local de Bolivia*. La Paz, Universidad Católica Boliviana, 1997.

Patzi P., Felix. *Economía comunera y la explotación capitalista*. Bolivia, La Paz, EDCOM, 1996.

Petras, James. *"El mito de la globalización"*. Edit. Presencia. Sección: Ventana Pais: LP-Bolivia, 1998

PNUD. *Informe de Desarrollo Humano*. 1995

Sánchez S., Rolando. *Comunidades rurales ante el cambio y la modernización*. Bolivia, La Paz, Cebem, 1994.

SENATUR. *Estrategia de Desarrollo Turístico de Bolivia 1993-1997-2003*. Ministerio de Desarrollo Económico. La Paz, 1997

Seoane, D. Alfonso. *La Ciudad como Espacio Lúdico*. Ponencia durante la Maestría en Gestión Pública del Turismo. Sevilla, 1998.

Tamayo y Tamayo, Mario. *El proceso de la investigación científica*. México, LIMUSA, 1995.

Temple, Dominique. *La Dialéctica del Don: Ensayo sobre la economía de las comunidades indígenas*. Bolivia, La Paz, Hisbol, 1986.

THR. *Plan de comercialización turística de Bolivia*. Viceministerio de Turismo. La Paz, 2000

Urioste, Miguel. *Fortalecer las comunidades campesinas*. Bolivia, La Paz, AIPE/PROCOM/TIERRA, 1992

Vera, J. Fernando., López Palomeque, F., Marchena, Manuel J., y Antón, Salvador. *Análisis Territorial del Turismo*. España, Editorial Ariel. Barcelona, 1997.

Viceministerio de Participación Popular. *Participación Popular en Cifras*. Vol. III. La Paz; 2000.

Viceministerio de Turismo. *Estadísticas de Turismo*. Ministerio de Comercio Exterior e Inversión. La Paz, 1998.

Viceministerio de Turismo. *Estadísticas de Turismo*. Ministerio de Comercio Exterior e Inversión. La Paz, 1999.

Viceministerio de Turismo – THR. Catálogo de zonas turísticas de Bolivia. Edición de prueba, 2000

Yapu G., Fredy. *El turismo en el área rural de Huatajata (Bolivia): Hacia un modelo de desarrollo turístico de comunidades campesinas*. Universidad Internacional de Andalucía. España, 2000.

Yapu G., Fredy. *Lineamientos generales para una planificación turística del Lago Menor del Titikaka*. Bolivia, La Paz. UMSA-carrera de turismo, tesina, 1993

Yapu G., Fredy. *Estudio turístico de las provincias de La Paz*. Bolivia, La Paz, Secretaría Nacional de Turismo - SAT, 1996.

Yapu G., Fredy. "Huatajata: el paraíso ecológico y turístico del lago Titikaka". La Paz, EL DIARIO, 9 de marzo de 1997.

Yapu G., Fredy. "Bolivia: Etno Ecoturismo" La Paz, PRESENCIA, 23/10/94

ANEXOS

ANEXO No. 1

GUÍA DE ENTREVISTA CON VISITANTES DE HUATAJATA

Fue levantada el 3 de mayo de 1999 como práctica de la materia etnoecología y con participación de alumnos de la carrera de turismo de la UMSA.

Aquí solo se adjunta la parte de las preguntas correspondientes al perfil de la demanda que sirvió para hacer un estudio de la demanda en Huatajata.

I. DATOS DE IDENTIFICACION

- 1.- Nacionalidad
- 2.- Ciudad de Residencia
- 3.- Zona donde vive
- 4.- Sexo F M 5.-
- 5.- Edad
- 6.- Profesión u Ocupación:
 - a) Profesional Independiente ()
 - b) Empresario ()
 - c) Funcionario Público ()
 - d) Jubilado ()
 - e) Ama de casa ()
 - f) Estudiante ()
 - G) Otro ()

II. MOTIVACION

- 7.-Cuál ha sido su principal motivo de viaje?
 - a) Contacto con la naturaleza ()
 - b) Gastronomía ()
 - c) Descanso ()
 - d) Paseos en lancha ()
 - e) Vacaciones ()
 - f) Tradiciones y cultura ()
 - g) Visita a las Islas ()
 - h) Otros ()

Para finalizar desea Usted hacer alguna recomendación para conservar mejor los ambientes naturales de esta localidad?

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION

Nombre del encuestado Fecha Nombre del encuestador

Nota.- El perfil de la demanda sintetizada en esta tesis fue resultado de análisis de esta encuesta y otra de la empresa GERC-Inartur, que la adjuntamos en las siguientes páginas:

Encuesta a los visitantes del Lago Titikaka y Tiwanaku

Lugar de la encuestación: Tiwanaku Copacabana Huatajata Tiquina

Día:

Observaciones:

Filtro: ¿Es Ud. Residente de la zona? SI (Fin del cuestionario) NO

PERFIL

p.1. Sexo	<input type="checkbox"/> Hombre	<input type="checkbox"/> Mujer	
p.2 Edad	<input type="checkbox"/> Menor 18 años	<input type="checkbox"/> 30-39 años	<input type="checkbox"/> 50-59 años
	<input type="checkbox"/> 18-29 años	<input type="checkbox"/> 40-49 años	<input type="checkbox"/> Más de 60 años.
p.3 Estado civil	<input type="checkbox"/> Soltero/a	<input type="checkbox"/> Casado/a	<input type="checkbox"/> Otros
p.4 Origen	Población	Provincia	Nacionalidad

p.5 Nivel de estudios	<input type="checkbox"/> Sin estudios	<input type="checkbox"/> Estudios básicos	<input type="checkbox"/> Estudios universitarios
p.6. Profesión	<input type="checkbox"/> Empresario, funcionarios o profesiones liberales	<input type="checkbox"/> Trabajador por cuenta ajena	<input type="checkbox"/> Jubilado
		<input type="checkbox"/> Estudiante	<input type="checkbox"/> Ama de casa
			<input type="checkbox"/> Otros
p.7. Nivel de ingresos	<input type="checkbox"/> Altos	<input type="checkbox"/> Medios	<input type="checkbox"/> Bajos
p.8 Modalidad del viaje	<input type="checkbox"/> Viaje organizado	<input type="checkbox"/> Por su cuenta	
p.9 ¿Con quién viaja?	<input type="checkbox"/> Solo	<input type="checkbox"/> En familia	<input type="checkbox"/> Grupo de amigos
p.10 ¿Cuántas personas forman el grupo?			
p.11 ¿Qué transporte ha utilizado para venir?	<input type="checkbox"/> Coche particular	<input type="checkbox"/> Microbús	<input type="checkbox"/> Motocicleta
	<input type="checkbox"/> Coche de alquiler	<input type="checkbox"/> Autobús	<input type="checkbox"/> Otros
p.12 ¿Es la primera vez que visita la zona?	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> SI	
	¿por qué ha vuelto?		
	<input type="checkbox"/> Interés por la zona	<input type="checkbox"/> Por tener familiares y amigos	<input type="checkbox"/> Otros
p.13 Motivo del viaje (Se puede señalar más de una opción).	<input type="checkbox"/> Motivos de trabajo	<input type="checkbox"/> Gastronomía	
	<input type="checkbox"/> Visita familiares y amigos	<input type="checkbox"/> Pesca	
	<input type="checkbox"/> Vacaciones	<input type="checkbox"/> Paisajes	
	<input type="checkbox"/> Descanso fin de semana	<input type="checkbox"/> Navegación	
	<input type="checkbox"/> Interés arqueológico y cultural	<input type="checkbox"/> Religión	
		<input type="checkbox"/> Otros	
p.14 ¿Quién le ha dado información antes de venir?	<input type="checkbox"/> Amigos y familiares.	<input type="checkbox"/> Publicidad	
	<input type="checkbox"/> Guías, folletos turísticos	<input type="checkbox"/> Otros	
	<input type="checkbox"/> Agencias de Viajes		
p.15 ¿Se aloja en la zona?	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
	En caso afirmativo ¿dónde?		
p.16 ¿Cuántas noches?			
p.17 ¿Qué tipo de alojamiento utiliza?	<input type="checkbox"/> Hotel de 3 o 4 estrellas	<input type="checkbox"/> Alojamiento	
	<input type="checkbox"/> Hotel de 1 o 2 estrellas	<input type="checkbox"/> Casa de amigos o familiares	
	<input type="checkbox"/> Residencial	<input type="checkbox"/> Otros	

ACTIVIDADES QUE REALIZA Y GRADO DE SATISFACCIÓN

p.18 De las siguientes actividades, indique cuales ha realizado o piensa realizar en la zona

- Visita arqueología Tiwanaku
- Visita centro artesanía Suriki
- Visita Isla del Sol
- Visita Isla de la Luna
- Visita Santuario Copacabana
- Visita arqueología Copacabana
- Pescar

- Caminar por los alrededores
- Paseos y recorridos en barca por el Lago
- Alquiler de patines
- Disfrutar de la gastronomía del Lago
- Ir de compras
- Otros

p.19 ¿Cuáles de las siguientes actividades le gustaría poder realizar en el Lago Titikaka?

- Navegación a vela
- Kayak y piragua
- Recorridos en barca de totora por la zona de totorales
- Excursiones y rutas en bicicleta
- Espectáculos folklóricos
- Conocer las técnicas agrícolas específicas del lugar.

- Visitar un Centro en el que por medio de audiovisuales se mostrara todo el lago, su flora, su fauna, sus etnias, artesanía, folklore, historia y orígenes míticos del nacimiento del Imperio Inca.

p.20 ¿Cuáles son los tres aspectos que más le gustan de la zona?

- Naturaleza
- Actividades náuticas
- Visita sitios arqueológicos

- Gastronomía
- Artesanía / mercados
- Descanso y relax

- Fiestas populares
- Otros

p.21 ¿Cuáles son los tres aspectos que menos le gustan de la zona?

- Carreteras y accesos
- Señalización turística
- Puntos de Información

- Zonas de picnic y descanso
- Medios de transporte terrestre

- Medios de transporte lacustre
- Otros

p.22 ¿Cuál es su grado de satisfacción en los siguientes aspectos?

Oferta de alojamiento utilizada
Oferta de restaurantes

- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo
- Muy malo

p.23 ¿Piensa volver?

SI

NO

p.24 ¿Recomendaría la zona?

SI

NO

ANEXO No. 2

GUÍA DE ENTREVISTA A ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS INDEPENDIENTES EN HUATAJATA SOBRE INSUMOS AGRÍCOLAS 1999

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta sobre consumo de productos agrícolas para una Tesis; le agradecería que me contestase a unas preguntas ya que no le llevará mucho tiempo. Muchas gracias.

Filtro: ¿Es usted propietario de este restaurante? Sí NO (fin del cuestionario)

Identificación

1. Sexo: Hombre Mujer
2. Lugar de residencia: Huatajata Ciudad de La Paz Otra ciudad
3. Nivel estudios: Sin estudios Básico Bachiller Universitario Otro
4. Profesión:

Características del negocio

5. Desde qué año funciona su negocio?
6. Su restaurante atiende: Todos los días de la semana Solo fines de semana
7. A cuántos clientes atiende aproximadamente cada fin de semana? :
8. A cuantos clientes atiende aproximadamente de lunes a viernes? (si está abierto todos los días).

Origen de los productos

9. Podría usted mencionar de acuerdo a la siguiente lista, de quiénes o de dónde compra los productos agrícolas o agropecuarios para el funcionamiento de su negocio? (Marcar con X)

	De gente Del pueblo	de la feria del pueblo	poblaciones cercanas	de ciudades La Paz/El Alto	Yo mismo la produzco
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Tubérculos:					
Papa, oca, papalisa					
Chuño y tunta (derivados)					
Yuca					
Hortalizas:					
Lechuga, repollo					
Acelga /perejil					
Tomate, pepino					
Sanahoria					
Rábano, pimentón, yuca					
Camote, ajo, navo					
Cebolla					
Legumbres:					
Arveja, haba, Vainita, lenteja					
Granos					
Maiz					
Quinoa					

Arroz				
Cebada /trigo				
Condimentos				
Frutas y cítricos				
Aceites				
Panes				
Bebidas alcohólicas				
Gaseosas				
Otros productos				

10. Mencione los cinco productos agrícolas que más se consumen en su restaurante? por orden de importancia por favor:(1) -----(2) ----- (3) -----(4) -----(5)-----

11. De los siguientes productos que se mencionan, podría calcular qué cantidad se requiere durante una semana?

ITEM

- Papa (en arrobas)
- Arroz (en libras)
- Chuño (en libras)
- Tomate (en libras)
- Lechugas (en cabezas)
- Aceite (en litros)
- pan (unidades)
- sanahoria (en libras)
- trucha (en libras)
- pejerrey (en libras)
- carne de res (en kilos)
- Carne de pollo (kilos)
- cerveza botella(unids)
- gaseosas litro(unids)

12. Con qué frecuencia hace la adquisición de estos productos para el funcionamiento de su negocio?

- Cada día Cada semana Cada mes Cada vez que existen clientes

Personal

13. El jefe de la cocina es: de la familia de afuera

14. Los auxiliares de cocina son: Todos de afuera Todos de la familia Parte contratados y de la familia

15. Los Garzones son: Todos de afuera Todos de la familia Parte contratados y de la familia

16. ¿Cuántos empleados tiene, incluyendo el director, el propietario y familiares? personas

17. ¿De ellos cuántos son de la familia del propietario?.....

Formación

18. ¿En qué secciones precisa mejorar la capacitación del personal?

- Administración Si No

- Jefe de cocina Si No
- Ayudantes de cocina Si No
- Garzón Si No
- Otros Si No En qué?

Comercialización

19. ¿Realizan algún tipo de acción comercial? Es decir folletos, avisos en radio u otros? Si No

En caso de "Si", Especificar qué realizan:

Gestión

20. El restaurante se gestiona por:

- Negocio propio Colectiva
- Contrato de gestión Arrendamiento Otros

Nombre del restaurante

Localización: Sobre la carretera y orilla del lago Sobre la carretera

Fecha de la entrevista

ANEXO No. 3

**CUESTIONARIO
ESTIMACIÓN DEL GASTO TURÍSTICO DE LOS VISITANTES DE HUATAJATA**

Buenos días/tardes SEÑOR O SEÑORA, BIENVENIDOS A HUATAJATA.

Estamos realizando un ESTUDIO sobre gasto turístico en esta zona para una tesis de la Universidad. Le agradeceré mucho que contestase a unas preguntas por favor, ya que no le llevará mucho tiempo.

Filtro: ¿Es usted residente de la zona? SI (fin del cuestionario) NO (Continuar)

1. Sexo Hombre Mujer
2. Edad 18-29 años 30-39 años 40-49 años 50 o más años
3. Residencia habitual: País Ciudad Zona o Villa
4. Profesión:
5. ¿Cuántas personas forman su grupo de viaje?:
6. ¿Alquiló o alquilará una lancha a motor? Si No
7. ¿Compró o comprará artesanías del lugar? Si No
8. ¿Vino exclusivamente a la zona de Huatajata? Si No
9. ¿Vino a Huatajata en su vehículo particular? Si No
10. ¿Contrató alguna agencia de Viaje? Si No
Si la respuesta es Sí: ¿Cuánto pagó por persona? \$us
11. ¿Cuántos días se quedó o quedará en Huatajata? 1 día 2 días más días
12. La siguiente pregunta es muy importante: Por favor, ¿Podría desglosar el detalle de su gasto efectuado en Huatajata? (si aún no ha completado su visita estime su gasto)

GASTOS

Estimación de gastos
de su grupo de viaje
en Bs.

Comidas y bebidas	
Transporte ida y vuelta desde su ciudad	
Alojamientos o hospedajes	
Paseos en lancha, Diversión, Ocio	
Compras de artesanías y recuerdos	
Comercios del lugar	
Otros pequeños gastos	

13. Su estadía o visita en Huatajata permitió gastar todo lo previsto? Sí No
14. En total, a cuánto asciende el gasto efectuado en Huatajata para todo su grupo de viaje o familia?
..... Bs.
15. Los precios de los servicios en Huatajata son : caros adecuados ni caro ni barato

Muchas gracias por su colaboración, tenga Ud. Un feliz retorno y hasta pronto.

ANEXO No. 4

Cuadro o MATRIZ de la producción de servicios turísticos de los lancheros de Huatajata, utilizado para el análisis.

Nombre de lanchero	Promedio de viajes a la isla al mes	Promedio de paseos por hora al mes
1. Silvio Ulo	2	12
2. Señor Chura	1	8
3. Moises Choque	20	16
4. Mario Gutiérrez	0,5	6
5. Juan Luis Choque	4	10
6. Dionisio (de origen peruano)	12	8
7. Julio Huañapaco	8	8
8. Edgar Gutiérrez	4	10
9. Mario P. Cahuaya	1	8
10. Orlando Gutiérrez	4	8
11. Esteban Quispe	20	10
12. Hipólito Loza	16	10
13. Enrique Chura	6	12
14. Natalio Quispe	0,5	8
15. Benjamín Colque	1	6
16. Isidro Yapu	1	4
17. Max Catari	16	4
18. Ramón Catari	1	4
19. Justino Huañapaco	0,5	4
20. Antonio Catarina	0,5	4
21. Julio Condori	0,5	8
22. Franklín Loza	1	6
23. Clemente Cahuaya	1	8
24. Francisco Gutiérrez	12	8
25. Raymundo Yana	0,5	6
26. Samba Sucojayo	0	8
27. Julio Mita	0	8
TOTALES	134 viajes	212 horas

Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo. 2000.

Nota: especial agradecimiento a Dn. Iván Cahuaya que colaboró en el trabajo de campo por su experiencia en el sector.

ANEXO No. 5

Cuadro de cuantificación de delegaciones y grupos de picnic que visitan las áreas verdes de la escuela Antonio Chiriotto de Huatajata. 2000

Tipo de vehículo	No. de vehículos por 4 meses de temporada baja: marzo, abril, mayo y junio.	No. de vehículos por 8 meses de temporada alta: julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre, diciembre, enero y febrero.	Total vehículos al año
Particular	32	128	160
Buses	32	112	144
Minibuses	48	128	176
	112	368	480

Cálculo de flujo de visitantes delegaciones y grupos de picnic

Tipo de vehículo	Total vehículos año	No. pasajeros promedio	Total visitantes en el área verde de Huatajata
Particular	160	4	640
Buses	144	30	4320
Minibuses	176	12	2112
Totales	480	46	7072

Fuente: En base a trabajo de campo, 1999-2000.

ANEXO Nº 6**TÉRMINOS TÉCNICOS UTILIZADOS****CRISIS ECONÓMICA ACTUAL**

Situación donde se observa la falta de trabajo (desempleo) y falta de disponibilidad de dinero en el mercado y en el bolsillo de la gente. La economía se encuentra en *recesión* en la que los precios no tienden a "inflarse". Pero, la situación general es *deflacionario* donde los precios, por ejemplo, de vender o alquilar una casa han bajado. Los salarios han disminuido y otros artículos como la vestimenta y algunos precios de productos manufacturados han caído. La población no tiene ingresos estables o se ha visto tan disminuido, y con gran temor de gastar. Los bancos han aumentado en sus disposiciones de liquidez, porque la demanda de crédito ha disminuido. La contabilidad de los bancos se ve amenazada por una creciente mora y por la insolvencia de sus deudores. (Bonadona, 2000)

POBREZA

La pobreza es el directo reflejo de la ausencia o escaso acceso a servicios básicos y la crisis de la productividad, además de la participación en el proceso productivo.

INDICE DE DESARROLLO HUMANO

Está constituido de la longevidad (medida por la esperanza de vida al nacer), el nivel educacional (medido por la alfabetización de adultos y la tasa bruta de matriculación combinada) y el nivel de vida (medido por el Producto Interno Bruto real per cápita en paridad de poder de compra). (PNUD, 1995)

PRODUCTO INTERNO BRUTO(PIB)

"Medida del flujo total de bienes y servicios que produce la economía durante un periodo, por lo regular un año. Este se obtiene valuando las producciones de bienes y servicios a precios de mercado, en forma agregativa. Nótese que todos los productos intermedios se excluyen del PIB y solo se incluyen los bienes que se emplean para consumo final o como bienes de Inversión. Solo se estima el valor de los flujos de bienes y servicios que se producen en el país, por lo tanto la palabra "interno" es para diferenciarlo del Producto Nacional Bruto." (Graham Bannock. Et. al. Diccionario de Economía, 1997)

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)

Población en edad productiva. En Bolivia, se considera a partir de los 7 y más años de edad.

INGRESOS POR COPARTICIPACIÓN

Son los ingresos económicos que los Gobiernos Municipales reciben del Tesoro General de La Nación, por Ley, de acuerdo a la población, es decir una distribución igualitaria por habitante.

INGRESOS POR RECAUDACIONES PROPIAS

Son los ingresos de los Gobiernos Municipales por impuesto a la propiedad de bienes inmuebles, vehículos automotores, transferencia de inmuebles, tasas por servicios, patentes por actividades económicas y otros ingresos no tributarios.

GASTO MUNICIPAL

Son los gastos corrientes y los gastos de capital, que el municipio ha invertido en diferentes periodos. Siendo el gasto corriente aquello que comprende los servicios personales, servicios no personales, materiales y suministros, transferencias corrientes, impuestos, depreciaciones y beneficios sociales y otros. Mientras los gastos de capital son el gasto por la adquisición de activos reales, financieros y transferencias de capital, servicio de la deuda pública y disminución de otros pasivos. (Participación Popular en Cifras, 2000)

INVERSIÓN PÚBLICA MUNICIPAL

Es el gasto de recursos de origen público destinado a incrementar, mejorar o reponer la existencia de capital físico de dominio público y/o de capital humano, con el objeto de ampliar la capacidad del país para la presentación de servicios o producción de bienes. El concepto incluye todas las actividades de preinversión e inversión que realizan las entidades del sector público. Art.8 (normas Básicas del Sistema Nacional de Inversión Pública)

GLOBALIZACIÓN

La globalización como paradigma actual "es un fenómeno 'cíclico' que se alterna con períodos de desarrollo nacional, producto de políticas estatales vinculadas a instituciones económicas internacionales... El auge del globalismo es producto en gran medida, de la aplastante derrota de la clase obrera, el campesinado, y los pequeños

empresarios a manos de las fuerzas capitalistas que desde el poder, imponen políticas contrarias al 'Estado de Bienestar', con el consiguiente descenso del nivel de vida, y crean incentivos estatales para promover las estrategias de exportación" (James Petras, 1998)

MERCADO

Es el espacio donde se producen los encuentros económicos entre la oferta y la demanda. El mercado como modelo, para sus autores de la Escuela de Chicago, es el lugar donde de mejor forma se asignan los recursos. En un modelo individualista, en el que cada uno persigue y consigue el máximo lucro individual y es la mano invisible del mercado, el que soluciona los intereses de todos. Este modelo es lo que está vigente en nuestro país. En esta lógica, se observa la "lucha despiadada del más fuerte y poderoso, contra el más débil y marginado" (Petras, 1998). En el mercado el que sobrevive es el que mejor maneja la eficacia y la competitividad. De esta forma, se produce la desigualdad en la distribución del ingreso. Por tanto, es un modelo, de exclusión donde se nota el desempleo y subempleo creciente. Por otra parte, la exclusión no solo es económica sino es también social y racial.

EL CAPITALISMO

Es la matriz de la globalización, al igual que del modelo neoliberal y de la universalización del mercado.

ECONOMÍA CAMPESINA

Entendemos por ella, como el resultado de la simbiosis entre los valores monetarios del mercado y las tradiciones económicas locales, donde se impone el individualismo rompiendo la lógica comunitaria o colectiva. Resultado de este proceso, en el campo, se refleja el minifundio campesino, poco productivo y autogestionario (tan evidente sobre todo en la región del lago Titikaka). "El campesino tradicional se incorporó rápidamente a una economía más monetarizada, primero porque la mayor parte de los alimentos para el consumo interno del país provienen de los campesinos y pequeños agricultores, (indígenas) que de esta manera mantienen una relación más intensa con las ciudades. Segundo porque el mercado fue introduciendo nuevas necesidades de consumo rural y nuevos productos, los que presionan sobre el agricultor a reorientar su producción y sus hábitos de consumo. Y Tercero porque aparecen nuevos rubros agrícolas con buenas perspectivas de mercado" (Albó, X. Et.al., 1990, 37)

MERCADO TURÍSTICO

Es el centro de la economía turística, donde se producen las transacciones entre la oferta y la demanda turística. El funcionamiento "se origina en el encuentro de la oferta con la demanda turística a través de un proceso de venta del llamado producto turístico, que junto a la infraestructura forman la estructura de producción del sector,... —donde la superestructura turística constituida por organismos especializados del sector público y privado tienen la función de controlar la eficiencia del sistema vigilando su funcionamiento e interrelación de las partes." (Boullón C., Roberto, 1990; 31).

OFERTA TURÍSTICA

"El análisis económico entiende la oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado" (Boullón, 1990, 34). La característica básica de la oferta turística siguiendo a Boullón es que "el servicio, sino se vende, se pierde, porque los servicios no vendidos no se pueden acumular".

DEMANDA TURÍSTICA

Es la cantidad de turistas que demandan productos turísticos en el mercado.

TURISMO INTERNACIONAL

Son los flujos que se dan entre los países, ya sean flujos de visitantes extranjeros o los flujos de residentes nacionales al exterior.

TURISMO RECEPTIVO

Son los flujos de visitantes extranjeros que llegan al país.

TURISMO INTERNO

Son los flujos de residentes que viajan dentro de un mismo país o territorio.

TURISMO INTERIOR

Está compuesto de turismo interno y turismo receptivo, y son los viajes que se realizan al interior de un país, ya sea por nacionales o por extranjeros.

TURISMO FAMILIAR

Es el flujo de visitantes de un destino turístico cercano a una urbe moderna, que se caracteriza por viajes del día, fin de semana, feriados, o vacaciones cuya motivación es la realización de actividades en el campo, junto a la familia.

TURISMO RURAL

Turismo rural es la "oferta de actividades recreativas, alojamiento y servicios afines, situada en el medio rural, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan unas vacaciones en el campo, en contacto con la naturaleza y con la gente local" (Marchena, M., 1998). O simplemente como cualquier actividad turística implantada en el medio rural, donde lo rural es todo lo que no es urbano y de ciudad. Este concepto permite entender que el turismo de fin de semana y los feriados hacia Huatajata es un tipo de turismo rural.

ECONOMÍA TURÍSTICA

La "economía turística" es una vertiente de la "economía" en general o de servicios en particular, basa su análisis en la demanda de bienes y servicios turísticos que se hacen efectivos mediante el "gasto turístico"; y en la oferta turística de bienes y servicios. Es decir, que estudia al turista desde el desplazamiento, los ingresos disponibles para viajar, los consumos de bienes y servicios y la riqueza generada en este proceso en favor de las economías locales, regionales o nacionales.

TURISTA

Nosotros definimos al turista no por su motivación, sino por las características de su relación económica con el lugar de destino, que es Huatajata. Es decir, que el turista es aquel que ejerce una actividad no remunerada en el lugar de destino. Es importante su carácter de demanda externa y por consiguiente su carácter "exportador". (IET, 1994).

DEMANDA DE BIENES Y SERVICIOS TURÍSTICOS

Es la cantidad de bienes y servicios turísticos, que son demandados por los visitantes. "La demanda de bienes y servicios turísticos, como la de cualquier otro bien, se halla regida por el precio del bien, la disponibilidad de renta y las preferencias del consumidor, vinculadas a sus necesidades y deseos" (Monfort Mir, Morant Mora y Josep Ivars Baidal, 1996, 69).

OFERTA TURÍSTICA DE BIENES Y SERVICIOS

"Es el conjunto de bienes y servicios que las empresas suministran al mercado en un momento dado y a unos precios establecidos, para satisfacer la potencial demanda turística. La cantidad ofrecida del bien –servicio turístico- se relaciona con el precio que puede alcanzar en el mercado,... -es decir- al contrario de la curva de la demanda, la oferta turística tiene pendiente positiva, lo que significa que las cantidades ofrecidas aumentan conforme aumenta el precio del bien, o servicio, ofrecido" (Morant-Monfort-Ivars Baidal; 1996, 123)

GASTO TURÍSTICO

Es la cantidad de divisas o recursos económicos que gasta efectivamente un turista en su estadía, en un lugar de destino.

DESTINO TURÍSTICO

Es el lugar elegido por el turista para pasar sus vacaciones o realizar actividades de ocio, durante un periodo dado que permita la realización de los gastos estimados del viaje.

EFFECTO MULTIPLICADOR DEL GASTO TURÍSTICO

Es el impacto económico que tiene Un Boliviano en el resto de la economía. En nuestro país, el valor multiplicador del turismo referencial es de 2 (dos). Significa que, cada boliviano por efecto de cadena tiene un impacto de 2 bolivianos, según el Viceministerio de Turismo.

DEMANDA GASTRONÓMICA

Es la cantidad de producción gastronómica que es solicitada por la demanda para su consumo en un determinado tiempo.

INSUMOS AGROPECUARIOS

Son los productos requeridos para la producción gastronómica de los restaurantes turísticos. Por ejemplo: papa, carne, hortalizas, etc.

COSTO DE INSUMOS

Cantidad de recursos económicos utilizados para la adquisición de insumos a precios de mercado.

INGRESOS POR VENTAS

Cantidad de ingresos económicos brutos, generados por el consumidor final a precios de venta.

DEMANDA IMPORTADA

Nos referimos a la demanda de insumos agropecuarios e industriales, de origen externo de Huatajata, que los restaurantes requieren para la producción en un determinado periodo de tiempo.

DEMANDA INTERNA

Nos referimos a la demanda de insumos agropecuarios e industriales, de origen interno o local, que los restaurantes de Huatajata requieren para la producción en un determinado periodo de tiempo.

COEFICIENTE DE PRODUCCIÓN IMPORTADA E INTERNA

Es el valor decimal, obtenido para multiplicar con los ingresos generados.

VALOR AGREGADO BRUTO

En nuestra investigación se obtiene el valor agregado referencial; que se obtienen mediante la operación de los ingresos brutos por ventas menos los costos de producción agropecuario e industrial.

DEMANDA DE TRANSPORTACIÓN DE LANCHAS

Es la cantidad de producción de los lancheros (viajes por hora y viajes a las islas) que es solicitada por la demanda para la recreación en un determinado tiempo.

EMPLEO TURÍSTICO

Es la sumatoria de los empleos directos más los empleos indirectos. Cada empleo turístico en una economía poco desarrollada como de Bolivia, genera aproximadamente 3 empleos indirectos como mínimo, según el Viceministerio de Turismo.

FACTORES DE ATRACCIÓN

Están constituidos por los atractivos turísticos o motivaciones, se conocen también como elementos incentivadores del turismo.

FACTORES FACILITADORES

Están constituidos por los servicios turísticos de alojamiento, restauración, operaciones turísticas, actividades y equipamientos turísticos. Se conocen también como ofertas de la planta turística.

FACTORES BÁSICOS Y DE INFRAESTRUCTURA

Están constituidos por las infraestructuras viales, transporte local, servicios de salud y educación, agua, energía y otros.

