

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO



**PERFIL DEL TURISTA INTERNO EN LA MODALIDAD DE TURISMO DE
AVENTURA EN LA CIUDAD DE LA PAZ**

**TESIS DE GRADO PRESENTADO PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE
LICENCIATURA**

POR: Univ. HEIDI YOSELIN PACAJES PAEZ.

TUTOR: M.s.c. DANTE CAERO MIRANDA.

LA PAZ – BOLIVIA

Agosto, 2024

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO

``PERFIL DEL TURISTA INTERNO EN LA MODALIDAD DE TURISMO DE AVENTURA EN
LA CIUDAD DE LA PAZ``

Presentado por: HEIDI YOSELIN PACAJES PAEZ

Para optar el grado académico de Licenciatura en Turismo.

Nota numeral:.....

Nota Literal:.....

Ha sido.....

Director de la Carrera de Turismo: Ph. D. Susana Tania Díaz Cuentas.

Tribunal: MSc. Lic. Leidy Vásquez Foronda.

Tribunal: MSc. Lic. Erick R. Rodríguez Lujan.

Tutor: MSc. Lic. Dante Caero Miranda

Fecha: 30 de agosto del 2024.

Dedicatoria

A Dios, por su evangelio que me guía y me brinda la fortaleza necesaria para superar los desafíos y mantenerme enfocada en mis metas.

A mi amada madre, Sonia Paez, cuyo amor incondicional, apoyo constante y sacrificio han formado este camino académico.

A mi amado padre, Juan Pacajes†, cuyo consejo, sacrificio y enseñanzas hicieron posible alcanzar este logro. Aunque desde el cielo, su guía y protección continúan acompañándome en cada paso que doy.

A mi querida hermana, Gisel Pacajes, por su compañía y comprensión a lo largo de este proceso. Su presencia y respaldo han sido una fuente de fortaleza y motivación.

Agradecimientos

En principio, agradezco a Dios por la vida y las oportunidades que me ha permitido en mi camino.

A la Universidad Mayor de San Andrés y a la carrera Turismo, por compartir sus valiosos conocimientos y proporcionar experiencias de formación profesional invaluable.

Expreso mi más sincero agradecimiento a mi tutor de tesis, M.s.c. Lic. Dante Caero Miranda, por su invaluable conocimiento, paciencia y compromiso desde el inicio de la carrera y a lo largo de esta investigación que han sido esenciales para el desarrollo de este trabajo.

Finalmente, expreso mi sincero agradecimiento a mis colegas de trabajo por su inestimable apoyo y aliento, que han sido esenciales para alcanzar esta meta.

Asimismo, deseo extender mi gratitud a todas las personas que, de alguna manera, contribuyeron a la realización de esta investigación. Su disposición y colaboración han sido fundamentales para el logro de este objetivo.

ÍNDICE

CAPITULO I - ASPECTOS GENERALES	3
INTRODUCCIÓN	3
1.1. Problema de investigación.	3
1.2. Pregunta de investigación.....	5
1.2.1. Pregunta central de investigación	5
1.2.2. Preguntas secundarias.	5
1.3. Objetivo de la investigación.	5
1.3.1. Objetivo general.	5
1.3.2. Objetivos específicos.....	5
1.4. Justificación.....	6
1.4.1. Justificación teórica	6
1.4.2. Justificación social.	7
1.4.3. Justificación económica.	7
CAPITULO II - MARCO CONTEXTUAL.....	8
2.1. Situación actual del turismo en el mundo	8
2.2. Situación actual del turismo en Bolivia.....	15
2.3. Situación del turismo en la ciudad de La Paz.....	23
2.4. Antecedentes del Turismo Alternativo en el mundo.....	26
2.5. Antecedentes del Turismo Alternativo en Bolivia	28
2.6. Antecedentes del turismo alternativo en La Paz.	30
2.7. Demanda turística Interna en la ciudad de La Paz.	32
CAPITULO III – MARCO TEORICO.....	36

3.1. Trabajos previos a nivel internacional.....	36
3.2. Trabajos previos a nivel nacional.	38
3.3. Bases teóricas.	41
3.3.1. Definición de turismo.....	41
3.3.2. Sistema turístico.	42
3.3.2.1. Teoría general de sistemas.	42
3.3.2.2. Modelo de Leiper.	42
3.3.2.3. Modelo de Boullon.....	43
3.3.2.4. Modelo de Molina.	44
3.3.2.5. Sistema turístico según la OMT.	44
3.3.2. Tipos de turismo.....	46
3.3.3. Clasificación del turismo según el origen del turista.	47
3.3.4. Definición del Turismo de Aventura.....	48
3.3.4.1. Impacto Económico del Turismo de Aventura.....	50
3.3.4.2. Sostenibilidad y Gestión del Turismo de Aventura.	51
3.3.4.3. Impacto social y cultural del Turismo de Aventura.	53
3.3.4.4. Impacto ambiental y medidas de mitigación.....	54
3.3.4.5. Innovaciones tecnológicas en el Turismo de Aventura.....	55
3.3.4.6. Seguridad y gestión de riesgos en el Turismo de Aventura.	56
3.3.5. Definición de turista.	57
3.3.6. Definición de la demanda turística.....	58
3.3.7. Perfil del turista.	58
3.3.8. Definición de la psicografía.	60

3.3.9. Estudio de Mercado.....	60
3.3.10. Marketing turístico.....	61
3.3.11. Motivación de viaje.....	61
CAPITULO IV - MARCO METODOLÓGICO	62
4.1. Enfoque de Investigación.....	62
4.2. Alcance de la investigación.....	62
4.3. Tipo de investigación.....	62
4.4. Diseño de investigación.....	63
4.5. Delimitación del Tema.....	63
4.5.1 Delimitación geográfica.....	63
4.5.2. Delimitación Social.....	63
4.5.3. Delimitación temporal.....	64
4.6. Población y muestra.....	65
4.6.1. Población.....	65
4.6.2. Muestra.....	65
4.7. Técnicas e instrumentos de investigación.....	66
4.7.1. Encuesta.....	66
4.7.3. Procesamiento y análisis de datos.....	67
4.8. Hipótesis de la investigación.....	67
4.9. Variables.....	68
4.9.1. Variable dependiente:.....	68
4.9.2. Variables Independientes:.....	68
4.9.3. Operalización de las variables.....	69

CAPITULO V - ANALISIS E INTERPRETACION DE DATOS	71
5.1. Perfil socio- demográfico del turista interno en la ciudad de La Paz.	71
5.2. Perfil conductual motivacional (general).	77
5.3. Perfil del turista interno de aventura (investigado).	86
5.4. Análisis de resultados.	115
5.5. Validación de la hipótesis.	121
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	123
CONCLUSIONES	123
RECOMENDACIONES	125
Bibliografía	128
ANEXO	136

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. Llegadas de turistas internacionales (2009-2019)	9
FIGURA 2. Mundo – Llegadas de turistas internacionales (millones).	10
FIGURA 3. Llegadas de turistas internacionales por año (2023-2024)	14
FIGURA 4. Bolivia, flujo total de llegada de visitantes extranjeros vía carretera, 2011-2020 (en número de personas).....	16
FIGURA 5. Bolivia, llegada de visitantes extranjeros, por año y via aerea 2011-2020 (en número de personas).....	16
FIGURA 6. Bolivia, llegada de visitantes extranjeros, según modo de transporte, enero –julio , 2022-2023 (en número de personas)	21
FIGURA 7. Bolivia, llegada de visitantes extranjeros por mes, enero -julio 2022-2023 (en número de personas).....	21
FIGURA 8. La Paz: flujo de visitantes internacionales por tipo de viajero, 2016-2017. (INE, 2018)	24
FIGURA 9. Tabla comparativa de las características de los tipos de turismo y modalidades.	50
FIGURA 10. Género.	71
FIGURA 11. Estado civil.	71
FIGURA 12. Edad.	72
FIGURA 13. Hijos.	73
FIGURA 14. Lugar de procedencia.	74
FIGURA 15. Ocupación.....	74
FIGURA 16. Ingreso mensual en bolivianos.	75
FIGURA 17. Grado de instrucción.	76
FIGURA 18. Le gusta viajar.	77
FIGURA 19. Cantidad de viajes anuales.....	78
FIGURA 20. Preferencia de compañía de viaje.	79
FIGURA 21. Tiempo de estadía.....	80
FIGURA 22. Gasto diario en bolivianos.	81
FIGURA 23. Motivación de viaje.	82
FIGURA 24. Actividades que realizan en un viaje.	83
FIGURA 25. Medio de información del viaje.....	83
FIGURA 26. . Servicios consumidos.	84

FIGURA 27. Tipo de viaje.....	85
FIGURA 28. Conoce qué es el turismo de aventura.	86
FIGURA 29. Le gustaría realizar turismo de aventura.	87
FIGURA 30. Qué entiende por turismo de aventura.....	87
FIGURA 31. Qué tipo de turismo de aventura le gustaría realizar en atractivos turísticos cercanos a la ciudad de La Paz.....	88
FIGURA 32. Por qué le gustaría realizar turismo de aventura.	89
FIGURA 33. Qué atractivos de aventura cercanos a la ciudad de La Paz le gustaría visitar.....	91
FIGURA 34. Conoce el grado de riesgo de las actividades de turismo de aventura.....	92
FIGURA 35. Conoce el equipo necesario para realizar el turismo de aventura.	93
FIGURA 36. Cree que los servicios de turismo de aventura que se ofertan en la ciudad de La Paz, son seguros.	94
FIGURA 37. Relación precio calidad de las actividades de turismo de aventura.....	95
FIGURA 38. Anteriormente realizo turismo de aventura	96
FIGURA 39. Recomendaría la actividad de turismo de aventura.....	97
FIGURA 40. Percepción de los servicios complementarios.	98
FIGURA 41. Preferencia según dificultad del turismo de aventura.....	99
FIGURA 42. Preferencia según el entorno natural de turismo de aventura.....	100
FIGURA 43. Tipo de turismo preferible para realizar dentro de la ciudad de La Paz.....	101
FIGURA 44. Tipo preferible de viaje de turismo de aventura.....	102
FIGURA 45. Inversión en viaje de turismo de aventura.....	103
FIGURA 46. Tiempo de estadía en turismo de aventura	104
FIGURA 47. Medio de información de turismo de aventura.....	105
FIGURA 48. Volvería a realizar turismo de aventura en La Paz.	106
FIGURA 49. Cree que el turismo de aventura es un turismo sostenible.....	107
FIGURA 50. Cree que el turismo de aventura debería desarrollarse con un enfoque más amigable y consiente con la naturaleza.....	108
FIGURA 51. Antes de la pandemia del COVID-19 ¿qué tipo de turismo prefería	109
FIGURA 52. Después de la pandemia del COVID 19 ¿qué tipo de turismo prefiere.....	110
FIGURA 53. Preferencia de destino antes de la pandemia del COVID 19.....	111
FIGURA 54. Preferencia de destino después de la pandemia del COVID 19	112

FIGURA 55. Aumentó el turismo de aventura tras la pandemia del COVID-19	113
FIGURA 56. Temporalidad de preferencia de viaje en turismo de aventura.....	114
FIGURA 57. Diferencias en el perfil de turista interno convencional y de aventura.	118
FIGURA 58. Tabla comparativa de preferencias del turista interno de aventura antes y después de la pandemia del COVID-19	120

RESUMEN

La tesis "Perfil del Turista Interno en la modalidad de Turismo de Aventura en la ciudad de La Paz" aborda la relevancia del turismo como una actividad económica y social esencial, destacando la necesidad de incentivar su desarrollo para maximizar sus beneficios. En el contexto post-pandemia, la investigación resalta la importancia de explorar nuevas tendencias y alternativas de turismo que sean sostenibles y amigables con la naturaleza, con especial énfasis en el turismo interno de aventura como una forma efectiva de contribuir al crecimiento económico local.

El problema central identificado en la investigación radica en la insuficiencia de estudios sobre el turismo interno en La Paz, especialmente en el segmento del Turismo de Aventura. Este tipo de turismo, definido por la Organización Mundial de Turismo (OMT.) como actividades que implican esfuerzo físico, riesgo y contacto con la naturaleza, ha ganado popularidad globalmente pero aún carece de un análisis detallado en el contexto local. La oferta turística formal en La Paz se ha centrado mayormente en el turismo receptivo y emisivo, dejando de lado el potencial del turismo interno.

La investigación formula varias preguntas clave para entender mejor el perfil del turista interno de aventura en La Paz. Estas incluyen las motivaciones, características socioeconómicas, y el posicionamiento del Turismo de Aventura en comparación con otros tipos de turismo. El objetivo general es determinar este perfil potencial para ayudar a desarrollar productos turísticos más adecuados y estrategias de marketing eficaces que beneficien tanto a los turistas como a la economía local.

La justificación del estudio subraya la necesidad de datos actualizados y precisos sobre el turista interno de aventura para evitar prácticas turísticas empíricas que puedan llevar al declive de los destinos turísticos. Se argumenta que identificar el perfil de estos turistas no solo contribuirá al conocimiento académico, sino también a la creación de paquetes turísticos específicos que promuevan un turismo más sostenible y de calidad en La Paz. Además, se destaca que este tipo de turismo puede beneficiar a las comunidades locales y adaptarse mejor a las nuevas condiciones post-pandemia.

El análisis de la situación actual del turismo mundial antes y después del COVID-19 proporciona un contexto esencial para la investigación. Se observa cómo la pandemia afectó drásticamente el flujo turístico, provocando una caída significativa en las llegadas internacionales y la paralización del

sector. Sin embargo, la reapertura gradual ha llevado a un enfoque renovado en formas de turismo más conscientes y sostenibles, lo que refuerza la relevancia del turismo de aventura en entornos naturales.

En el apartado de conclusiones, la tesis identifica que el perfil del Turista interno de Aventura en La Paz está compuesto principalmente por mujeres jóvenes de 28 años, con un alto nivel de educación y capacidad de gasto medio-alta. Prefieren actividades al aire libre que impliquen esfuerzo físico moderado y buscan diversión y adrenalina. También se concluye que el turismo de aventura tiene un potencial significativo para el desarrollo económico local, aunque se requiere una mejora en la calidad y seguridad de los servicios ofrecidos por los operadores turísticos.

CAPITULO I - ASPECTOS GENERALES

INTRODUCCIÓN

1.1. Problema de investigación.

El turismo actualmente es una actividad de gran importancia para países y regiones con abundante riqueza paisajística y cultural a nivel mundial, contribuyendo significativamente al valor social, cultural y económico de las áreas donde se practica. Por tanto, es crucial que tanto entidades públicas como privadas fomenten su desarrollo.

Buscar nuevas alternativas de mercado que se alineen con las tendencias actuales del turismo, especialmente tras la pandemia del COVID-19, es fundamental para promover un turismo sostenible y consciente del medio ambiente.

En este contexto, se presenta el problema que motiva la presente investigación: aunque el turismo receptivo y emisor es fundamental para la economía de un país, existen otras formas de turismo que podrían adaptarse mejor al desarrollo turístico de una región, como es el caso del turismo interno. Este tipo de turismo contribuye directamente al movimiento económico local, según la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT), que lo describe como las actividades realizadas por residentes en el país de referencia como parte de un viaje turístico interno o emisor (Sociales, 2010).

Por otro lado, en la ciudad de La Paz, la oferta turística formal se centra principalmente en el turismo receptivo y emisor, descuidando el turismo interno. Esta situación afecta negativamente al desarrollo del turismo interno, exacerbada por la competencia desleal e informal de los operadores turísticos. Además, este enfoque puede impactar directamente en los destinos y atractivos turísticos, al desarrollarse en un entorno donde se observa una tendencia a la explotación de recursos naturales y a la marginalización de la población local, priorizando únicamente los beneficios económicos.

Desde la década de los 90 en el departamento de La Paz, ha surgido una nueva oferta turística distinta a la convencional, conocida como Turismo Alternativo, que comprende tres grandes modalidades: turismo rural, turismo de aventura y ecoturismo. Este tipo de turismo ha ganado importancia a nivel mundial, siendo definido por diversos autores (Lantitsou, 2017; Trejo y Marcano, 2016) como: “Aquel que prioriza la conservación del medio ambiente, buscando un equilibrio entre la

biodiversidad y las prácticas humanas, además de contribuir al sustento de las poblaciones locales mediante la diversificación de actividades económicas en áreas remotas´´. (Chavez, 2019)

El análisis del Turismo Alternativo es amplio, ya que, además de las modalidades mencionadas, se ha diversificado en los últimos años, incluyendo desde el turismo ufológico hasta el turismo espacial (Rodríguez, 2017). Cualquier forma de turismo no convencional se considera Turismo Alternativo, lo cual amplía y diversifica considerablemente las opciones disponibles según preferencias individuales y tendencias.

En este contexto, la presente investigación se centra en el Turismo de Aventura, definiéndose como: ‘‘Un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo’’ (OMT, 2019); por tanto, siendo un tipo de turismo que se basa en actividades que incentivan la diversión, ejecutado en ambientes amplios y despejados, promueve la educación ambiental, cultural y ecológica, mejora la calidad de vida en las comunidades en donde se practica y tiende a tener un valor agregado en el desarrollo de productos turísticos ayudará de gran manera el estudio de mercado interno.

Actualmente, no existen estudios recientes sobre la demanda potencial del turismo interno en La Paz, especialmente en lo que respecta al segmento de turistas de aventura. La falta de información detallada sobre las características demográficas, sociales, necesidades, comportamientos, gustos y preferencias de este segmento de mercado representa una oportunidad significativa para la creación de nuevos productos turísticos y la diversificación de la oferta en la ciudad, aún más en la nueva etapa de reactivación del turismo después del Covid-19, dando lugar a una reorientación de la demanda turística.

Por lo tanto, comprender y satisfacer las condiciones específicas requeridas para el desarrollo adecuado del turismo de aventura en La Paz es crucial para dirigirse eficazmente a este segmento de mercado especializado y aprovechar su potencial de crecimiento.

1.2. Pregunta de investigación.

1.2.1. Pregunta central de investigación .

- ¿Cuál será el perfil potencial del turista interno en la modalidad del turismo de aventura en la ciudad de La Paz?

1.2.2. Preguntas secundarias.

- ¿Cuál es la principal motivación del turista interno en la ciudad de La Paz para la realización del turismo de Aventura?
- ¿Cuáles son las características socio-económicas del turista interno en la ciudad de La Paz para la realización del turismo de Aventura?
- ¿Cuál es el posicionamiento del turismo de aventura con respecto a otros tipos de turismo preferidos por la demanda interna potencial en la ciudad de La Paz?
- ¿Cuáles son las preferencias del turista interno de aventura antes y después de la pandemia del COVID-19 con respecto al tipo de turismo?

1.3. Objetivo de la investigación.

1.3.1. Objetivo general.

- Determinar el perfil potencial del turista interno en la modalidad de Turismo de Aventura en la ciudad de La Paz.

1.3.2. Objetivos específicos.

- Analizar las motivaciones de viaje del turista interno en la modalidad del turismo de aventura en ciudad de La Paz.
- Identificar las características socio-económicas del turista interno en el segmento de mercado del turismo de aventura en la ciudad de La Paz.

- Establecer el posicionamiento del turismo de aventura con respecto a otros tipos de turismo el preferidos por la demanda interna potencial en la ciudad de La Paz.
- Conocer las preferencias del turista interno de aventura antes y después de la pandemia del COVID 19 con respecto al tipo de turismo.

1.4. Justificación.

En 2023, se registraron aproximadamente 1.3 mil millones de turistas internacionales viajando por el mundo, lo que representa el 88% de los niveles previos a la pandemia. Para 2024, se espera que esta cifra aumente a más de 1.500 millones de turistas, lo que marcaría una recuperación significativa de los efectos causados por la pandemia (OMT, 2024). Estos turistas contribuyeron con alrededor de 1.4 billones de dólares estadounidenses al Producto Interno Bruto (PIB) mundial, equivalente al 93% de los ingresos registrados en 2019, que alcanzaron 1.5 billones de dólares estadounidenses (OMT, 2024). Este hecho subraya la vital importancia del turismo a nivel global, especialmente en el contexto de la recuperación post-pandemia.

En cuanto al turismo interno en Bolivia , durante la gestión de 2022 se contabilizaron 2.782.166 turistas nacionales. Se proyecta que para 2023 esta cifra aumente a 3.196.295 turistas, lo cual contribuirá significativamente a dinamizar la economía con ingresos estimados que superan los 2.109 millones de bolivianos (ABI, 2023).

La afirmación subraya la importancia de investigar un mercado potencial para contribuir al desarrollo turístico sustentable. Identificar el perfil del turista ayudará a evitar prácticas empíricas en la oferta turística, así como a mitigar el declive del flujo turístico y el deterioro de destinos y atractivos turísticos. Además, permitirá establecer estándares de calidad y satisfacción para los productos turísticos de aventura, preparando al sector para enfrentar nuevos desafíos. A continuación, se presentan las justificaciones de esta investigación.

1.4.1. Justificación teórica .

La investigación se justifica por la falta de información disponible sobre el perfil interno del turista de aventura en la ciudad de La Paz, específicamente en cuanto a sus características motivacionales, demográficas, psicográficas, conductuales y socioeconómicas. El objetivo principal de este estudio es

generar nuevo conocimiento acerca del segmento de mercado potencial investigado. A través de la identificación precisa del perfil del turista interno de aventura, se pretende proponer nuevos estudios y proyectos de investigación, así como contribuir a la creación de paquetes turísticos diseñados específicamente para el turismo especializado de aventura en el municipio de La Paz.

1.4.2. Justificación social.

Los beneficiarios de esta investigación incluirán a individuos independientes, así como a instituciones públicas o privadas interesadas en trabajar con el segmento de mercado del turista interno de aventura. Este tipo de turismo no convencional se caracteriza por su baja magnitud y la ausencia de aglomeraciones, practicado en ambientes amplios y al aire libre, lo cual se alinea favorablemente con las nuevas condiciones de desarrollo post pandemia de COVID-19. Además, el estudio buscará beneficiar y asegurar la seguridad integral de las comunidades locales al identificar la demanda potencial que visitará estos destinos.

1.4.3. Justificación económica.

Al determinar el perfil del turista interno de aventura, se logrará un enfoque más preciso del segmento de mercado al cual está dirigida la oferta. Esto proporcionará una base sólida para la planificación de proyectos e inversiones futuras, así como el desarrollo de productos turísticos especializados que aprovechen de manera óptima los recursos disponibles. Los agentes operadores podrán implementar estrategias de marketing efectivas que impulsen el movimiento económico del turismo en la ciudad de La Paz, al tiempo que se reactiva todo el sistema turístico relacionado con la demanda de estos servicios.

CAPITULO II - MARCO CONTEXTUAL

2.1. Situación actual del turismo en el mundo.

Antes de la pandemia del COVID-19, la actividad turística constituía una de las principales fuentes económicas en numerosos países y regiones con una vocación turística marcada, generando un considerable movimiento de divisas en los destinos receptores y anticipando un crecimiento seguro en sus diversas modalidades (OMT, 2019).

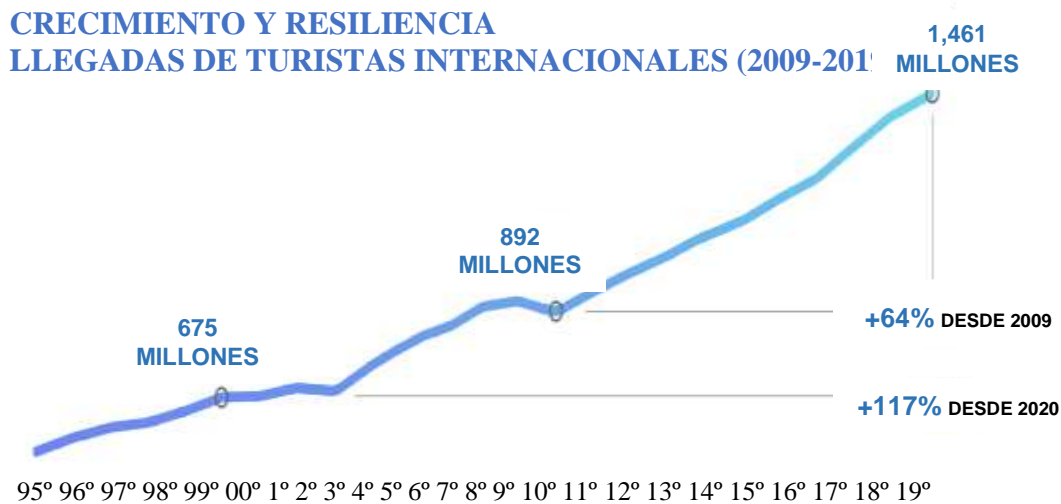
Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), se observaba un incremento continuo en las llegadas de turistas internacionales en los últimos años.

En 2014, se registró la llegada de 1.138 millones de turistas internacionales, representando un aumento del 5% respecto al año anterior. En 2015, esta cifra aumentó a 1.186 millones, con un incremento del 4.7%. Para el año 2016, las llegadas alcanzaron los 1.235 millones, reflejando un incremento del 3.9% respecto al año previo. En 2017, se registró un total de 1.322 millones de llegadas, con un aumento significativo del 7%. El año 2018 continuó esta tendencia de crecimiento con 1.400 millones de llegadas, lo que representó un incremento del 6% respecto al año anterior. Finalmente, en 2019 se alcanzaron 1.500 millones de llegadas de turistas internacionales (UNWTO, 2023).

Según el secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT), afirmó: "Los ingresos por exportaciones generados por el turismo aumentaron hasta los 1.7 billones de dólares de los EE.UU., lo que convierte al sector en una verdadera locomotora mundial de crecimiento económico y desarrollo" (OMT, 2019), pero, año 2019 marcó el último período de crecimiento continuo a causa de la pandemia.

A continuación, se presenta un gráfico que ilustra el crecimiento de las llegadas de turistas a nivel internacional antes de la pandemia del Covid-19..

FIGURA 1. Llegadas de turistas internacionales (2009-2019)



Fuente: Adaptado de “turismo nacional 2019 perspectiva 2020”(p.), por OMT, 2019. (OMT, 2019)

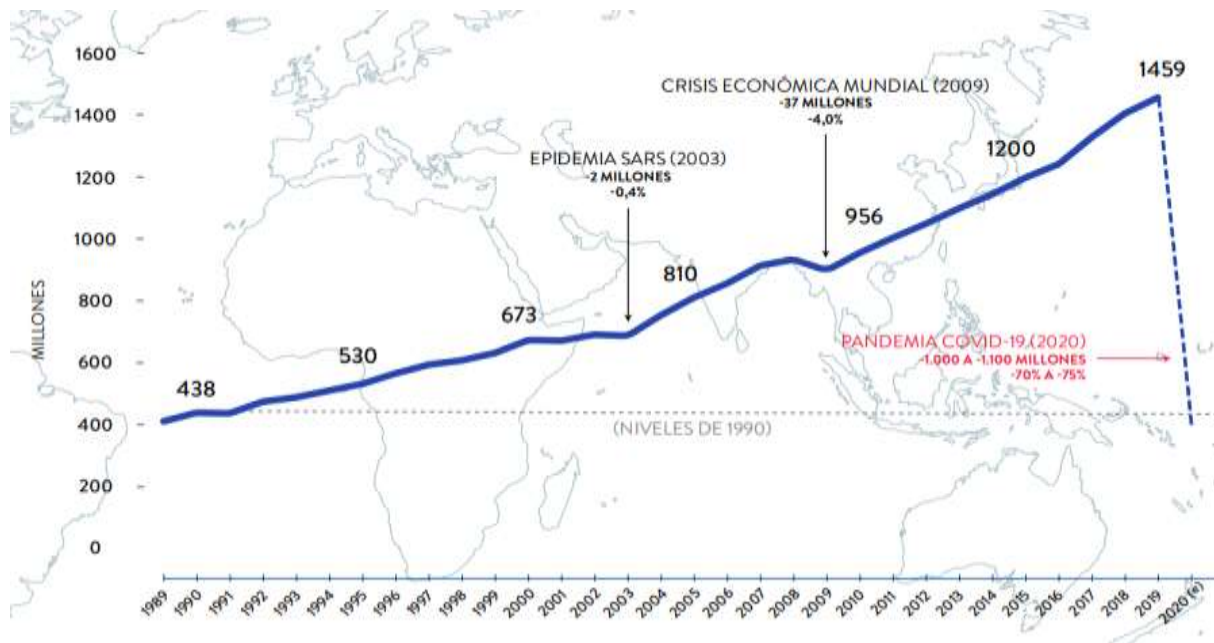
La pandemia de COVID-19 ha generado un impacto de magnitud sin precedentes en el sector turístico a nivel global, ocasionando la interrupción abrupta de uno de los pilares económicos más dinámicos del mundo. Las medidas restrictivas de viaje, el cierre de fronteras y las preocupaciones relacionadas con la salud y la seguridad han provocado una marcada disminución en las llegadas de turistas internacionales. Este impacto ha significado una crisis sin precedentes para una industria que hasta entonces exhibía un crecimiento continuo y robusto, afectando profundamente tanto a los destinos turísticos como a millones de trabajadores y pequeñas empresas dependientes de dicha actividad. La recuperación posterior ha sido caracterizada por su lentitud y por los numerosos desafíos que ha implicado, evidenciando de manera clara la vulnerabilidad intrínseca del sector frente a crisis de escala global.

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), durante el brote viral, los ingresos por empleos globales experimentaron una disminución del 10.7% en los primeros nueve meses del año 2020. Además, se ha señalado que la recesión económica resultante podría intensificar los niveles de pobreza extrema (Blanco, 2022). Estos eventos han tenido un impacto significativo en el flujo turístico a nivel mundial, manifestándose en una gradual parálisis de la actividad turística sin que se perciba un panorama claro de contingencia frente a la emergencia sanitaria.

Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), se observó una notable disminución del 74% en las llegadas internacionales durante el período analizado. Esta reducción significó que los destinos turísticos en todo el mundo recibieron mil millones menos de llegadas internacionales en comparación con el año anterior, lo que representa una estimación de pérdidas de 1,3 billones de dólares. Este impacto económico ha puesto en riesgo entre 100 y 120 millones de empleos directos e indirectos en el sector turístico a nivel global. (Turismo, 2021).

A continuación, se presenta una gráfica que ilustra la caída en las llegadas internacionales de turistas a nivel global.

FIGURA 2. Mundo – Llegadas de turistas internacionales (millones).



Fuente: Adaptado de Barómetro OMT del turismo Mundial, Mayo 2020- Con especial enfoque en el impacto de la COVID -19, OMT,2020. (UNWTO, 2020)

Tras diversas investigaciones, informes y comités de emergencia, la Organización Mundial de la Salud (OMS) determinó que el virus, al propagarse entre humanos y expandirse a múltiples países, cumplía con los criterios para ser declarado como pandemia. Apoyándose en la definición de la Real Academia Española (RAE) que describe una enfermedad epidémica que se extiende a numerosos países o afecta a casi todos los individuos de una localidad o región, el COVID-19 fue oficialmente clasificado como tal desde marzo de 2020. La OMS documentó el origen del brote inicial como neumonía en la ciudad china de Wuhan. El director general de la OMS afirmó que nunca antes habían enfrentado una

pandemia causada por un virus de estas características y que nunca habían visto una pandemia que pudiera ser controlada en tiempo real. (OMS, 2020),

A medida que la pandemia de COVID-19 se intensificó, los países implementaron medidas preventivas iniciales como el cierre de fronteras, lo cual tuvo un impacto directo en la movilidad de los turistas al impedir tanto la llegada como la salida a través de medios de transporte aéreo, terrestre y marítimo, con cancelaciones generalizadas de vuelos y viajes. Posteriormente, se introdujo el distanciamiento social y se instauraron períodos de cuarentena como estrategias de mitigación para frenar la propagación del virus. Simultáneamente, muchos hoteles cerraron sus puertas y se cancelaron miles de reservas y paquetes turísticos, resultando en la paralización completa de la actividad turística. Estas medidas se adoptaron con el objetivo prioritario de proteger la salud pública y la economía de los países afectados (Prodavinci, 2020). Es fundamental destacar que este análisis cronológico de la expansión de la pandemia representa un punto de inflexión significativo en la historia del turismo, marcando un antes y un después en la forma en que se concibe y se practica esta actividad, así como en las preferencias de los turistas al elegir destinos de viaje.

Considerando el origen geográfico de la enfermedad en Asia, ésta se propagó rápidamente al continente americano. Según la Organización Panamericana de la Salud (OPS), para mayo de 2020, los casos y las muertes por COVID-19 en América Latina habían superado los registrados en Europa y Estados Unidos en cuanto al número diario de infecciones notificadas (OPS, 2020), siendo Brasil, Chile y Perú países fronterizos con Bolivia, destacado por la mayor cantidad de contagios y fallecimientos debido al virus.

El sector turístico experimentó una parálisis completa durante al menos un año debido a las restricciones impuestas, el cierre de fronteras y las medidas de confinamiento, que actuaron como factores determinantes para la detención de sus actividades. Además, la pandemia provocó una serie de consecuencias adicionales, como señala la escuela Manuel Félix de Manabí, cita: “Esta pandemia ha causado discriminación racial y geográfica, inequidad en la salud y el desequilibrio entre los requisitos de salud pública y los derechos individuales” (Blanco, 2022).

La OMT identificó cinco áreas prioritarias para el turismo, las cuales se detallarán a continuación (ONU, 2020):

- Mitigar los impactos socioeconómicos de la crisis, en particular el empleo de las mujeres y la seguridad económica
- Desarrollar la resiliencia en todo el sector turístico.
- Maximizar la tecnología en toda la industria, incluso promoviendo la innovación e invirtiendo en habilidades digitales.
- Promover la sostenibilidad y el crecimiento verde en la gestión del cambio hacia un sector turístico resistente y neutral en carbono.
- Fomentar las alianzas para aliviar y eliminar de manera responsable las restricciones de viaje de manera coordinada para reiniciar y transformar el turismo hacia el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.ç

Sin embargo, el año 2020 representó un punto crítico para la actividad turística debido a la pandemia de COVID-19, con una drástica reducción a 400 millones de llegadas, impactando directamente en miles de empleos tanto en el sector público como privado, por consiguiente, tras las primera y segunda olas de COVID-19, que marcaron los picos más altos de contagios y posteriormente descensos, se inició una etapa de post pandemia a principios de 2021 a nivel mundial con la reactivación de diversos sectores económicos, incluyendo el turismo.

Durante este periodo, se procedió a la reapertura de fronteras y sitios turísticos, implementando medidas de salud específicas para la visita de atracciones y el ingreso a países. Estas medidas incluyeron la presentación de una prueba PCR negativa para COVID-19, la demostración de un certificado de vacunación con al menos una dosis y, posteriormente, con esquema completo, la disponibilidad de seguro médico con cobertura para COVID-19, el uso obligatorio de equipos de protección personal como mascarillas, la desinfección de manos y pies, así como la práctica de distanciamiento social. (OIT, 2021).

Por otro lado, los atractivos turísticos no fueron reabiertos al público simultáneamente, observándose un mejor control en aquellos ubicados en reservas naturales o santuarios de protección de fauna y flora silvestre, además de aquellos que resguardan a comunidades indígenas vulnerables. El secretario de la ONU, Antonio Guterres dijo: “Es imperativo que reconstruyamos el sector turístico, de manera

segura, equitativa y respetuosa con el clima y así asegurarnos de que el turismo recupere su posición como proveedor de empleos decentes, ingresos estables y la protección de nuestro patrimonio cultural y natural” (UNTWO, 2019).

A pesar de estos desafíos, en 2022 se observó un significativo aumento en las llegadas, alcanzando los 960 millones, y en 2023 se estimó que se aproximaron a 1.300 millones, lo que equivale aproximadamente al 88% de los niveles pre-pandemia, indicando una notable recuperación del sector turístico.. (OMT, 2019).

En el contexto del siglo XXI, frente a una sociedad consumista, los turistas han mostrado una creciente conciencia respecto a sus estilos de vida, surgiendo así una forma de turismo más consciente que aborda temas colectivos como la contaminación ambiental, la valoración de los recursos naturales y el respeto hacia las comunidades indígenas y campesinas, así como su inclusión en las actividades turísticas. Esta tendencia ha dado lugar a una modalidad conocida como Turismo Alternativo, caracterizada por prácticas que buscan minimizar el impacto ambiental y social mientras se fomenta un mayor entendimiento y aprecio por las culturas locales y el entorno natural.

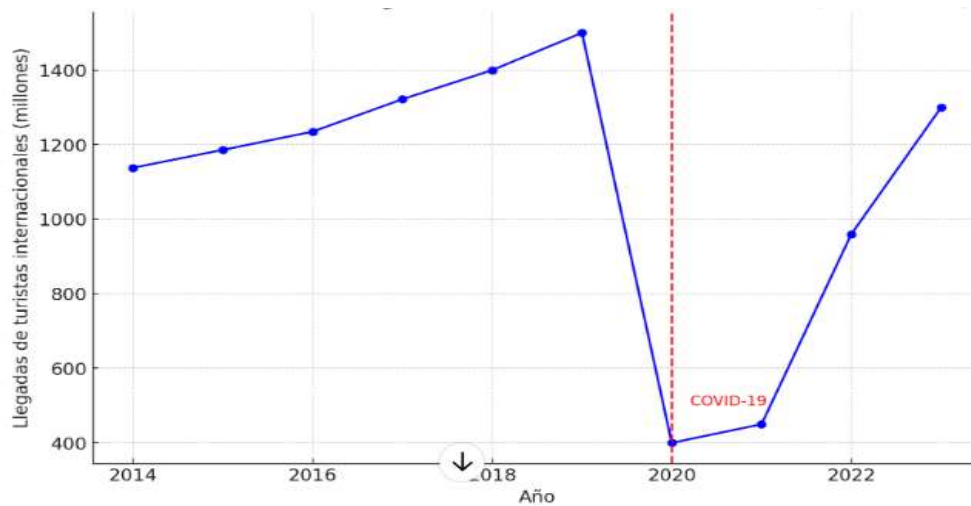
Países como México, Costa Rica, Uruguay y Argentina han puesto un énfasis significativo en el desarrollo del Turismo Alternativo, reconociendo sus beneficios en términos de valoración de las comunidades y culturas locales, mejor experiencia para los viajeros y repercusiones positivas en los ámbitos social y ambiental. Estas iniciativas se han destacado como especialmente pertinentes en el contexto post pandemia del COVID-19, donde la demanda de un turismo más especializado y consciente se ha vuelto fundamental para la nueva etapa de recuperación y desarrollo del sector turístico. (Visente, 2018)

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) para el año 2023, las tendencias de viaje de los consumidores indican un aumento en la conciencia sobre el impacto de sus decisiones de viaje, con una creciente preferencia por opciones de turismo sostenible. La sostenibilidad ha adquirido una importancia fundamental dentro de la industria turística, con los operadores turísticos liderando este movimiento. Los viajes sostenibles y responsables están en alza, y los viajeros muestran una creciente preocupación por el impacto ambiental de sus desplazamientos, optando por alternativas más sostenibles como el turismo ecológico y el uso de transporte de bajo carbono. (OMT, 2024).

La pandemia de COVID-19 impactó severamente en este sector, reflejándose en una reducción drástica de las llegadas a 400 millones en 2020, seguida de una recuperación gradual a 450 millones en 2021. Para el año 2022, las llegadas mostraron un aumento significativo alcanzando los 960 millones, y se estima que en 2023 alcanzarán aproximadamente 1.300 millones, lo que representa aproximadamente el 88% de los niveles pre-pandemia. Europa y Asia han sido consistentemente los principales destinos visitados a lo largo de este periodo.

A continuación, se presenta un gráfico que ilustra el crecimiento de las llegadas de turistas a nivel internacional. (OMT) después de la pandemia del COVID-19.

FIGURA 3. Llegadas de turistas internacionales por año (2023-2024)



Fuente: Elaboración propia a base de información proporcionada por OMT (s.f.), 2022.

Con base en los datos proporcionados, se evidencia la significativa importancia del turismo y sus beneficios económicos, subrayando el considerable movimiento de personas a nivel mundial.

Desde esta perspectiva, se vislumbra un panorama positivo a nivel global para los próximos años, destacando la notable resiliencia que el sector turístico ha demostrado en su pronta recuperación. Además, se enfatiza la importancia de impulsar nuevos enfoques centrados en la sostenibilidad y la inclusión dentro del turismo. No obstante, este panorama estará condicionado por la coyuntura económica actual de los países y por diversas amenazas como el conflicto entre Rusia y Ucrania, así como la inflación en múltiples naciones, lo que configura un entorno geopolítico complejo.

Estos factores continúan representando desafíos significativos para la actividad turística, promoviendo constantes evoluciones en términos de recuperación y la percepción de confianza por parte de los turistas. (UNWTO - Organización Mundial del Turismo, 2024).

2.2. Situación actual del turismo en Bolivia.

La actividad turística en Bolivia ha experimentado una significativa recuperación y expansión en los últimos años. Destinos emblemáticos como Uyuni y Madidi han continuado captando la atención de visitantes debido a su impresionante belleza paisajística y la riqueza de sus recursos naturales.

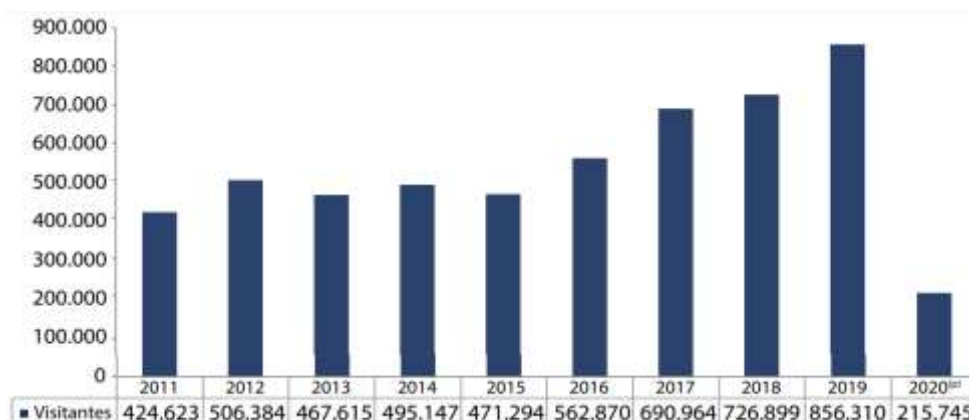
Realizando una retrospectiva según (INE) en llegadas de visitantes internacionales, por modo de transporte y tipo de visitante se tiene para el 2018 – 2.129.210 personas, para el 2019 – 2.339.652 personas, para el 2020 en plena pandemia del Covid-19 se tiene solamente 796.006 personas, para el 2021 -546.036 personas ya para el año 2022 se tiene 1.474.001 personas y para el 2023 – 2.197.811 personas de llegadas internacionales. Lo que especifica la recuperación del turismo en el país. (INE, 2024)

En el año 2023, el turismo receptivo experimentó un crecimiento del 51.4% en comparación con el año anterior, lo cual refleja una recuperación sólida después de los impactos de la pandemia. Para el año 2024, se proyecta superar la marca de 1.3 millones de visitantes extranjeros, lo que constituiría un nuevo récord histórico para el país. (El País, 2023).

Este aumento significativo en la llegada de turistas indica una revitalización del sector turístico, subrayando la capacidad de los destinos para atraer visitantes y mejorando las condiciones que favorecen la visita a Bolivia, además destaca la importancia del turismo para la economía boliviana y su potencial de crecimiento sostenido. El gobierno de Bolivia ha reafirmado su compromiso de promover este sector a través de la implementación de programas y proyectos destinados a fortalecer tanto los destinos turísticos establecidos como aquellos emergentes.

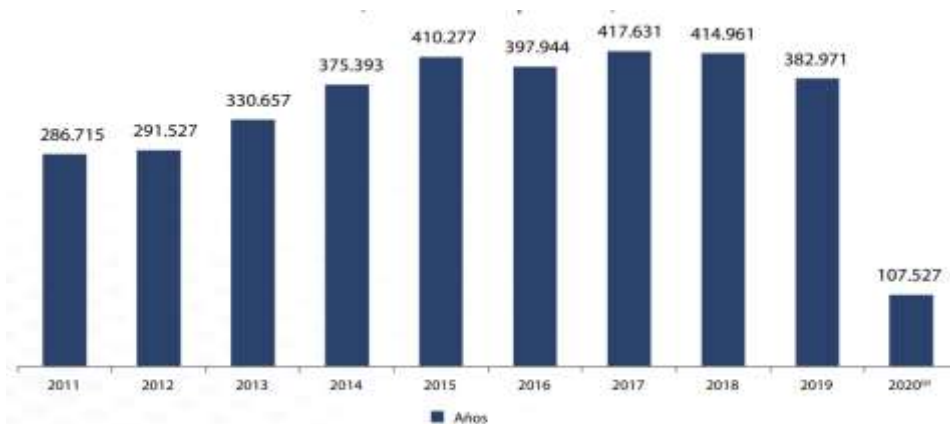
A continuación se muestra la llegada de turistas extranjeros via terrestre y via aérea a Bolivia:

FIGURA 4. Bolivia, flujo total de llegada de visitantes extranjeros vía carretera, 2011-2020 (en número de personas)



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas 2020 . (INE, 2020)

FIGURA 5. Bolivia, llegada de visitantes extranjeros, por año y vía aérea 2011-2020 (en número de personas)



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas 2020 . (INE, 2020)

El crecimiento hasta el año 2019, según la nota señalada por Hosteltur, se atribuyó a la introducción exitosa de destinos turísticos en el mercado, los cuales se convirtieron en tendencias de viaje debido a la diversidad de oferta proporcionada por operadoras turísticas en colaboración con el Viceministerio de Culturas y Turismo. Además, la obtención de cuatro premios destacados en 2019 contribuyó significativamente a la reputación internacional de Bolivia. El país fue reconocido como Mejor Destino Verde del continente por su oferta turística en Rurrenabaque: Madidi-Pampas, Mejor Destino

de Viaje Juvenil, Mejor Destino de Naturaleza por el Salar de Uyuni, y Mejor Destino de Turismo Emergente gracias a la ciudad de La Paz, galardones otorgados por los World Travel Awards Latin America en julio de 2019. (Hosteltur, 2021).

En el mercado turístico actual, ha surgido una tendencia hacia destinos y atractivos basados en el turismo alternativo, impulsada por nuevas corrientes de conciencia y respeto hacia el medio ambiente. Esta tendencia ha elevado la popularidad de iniciativas como el turismo comunitario y rural, las cuales han obtenido un notable reconocimiento y aceptación dentro del sector turístico. En Bolivia, el Gobierno ha promovido activamente este tipo de turismo como parte fundamental del desarrollo del sector, destacando casos emblemáticos como el Albergue Ecológico Chalalán en el Parque Nacional Madidi. Este establecimiento ha disfrutado de un éxito continuo desde su apertura en la década de 1990 y sigue siendo un destino muy visitado por turistas extranjeros en el departamento de La Paz. (Ley No. 292).

Además, existen otros ejemplos como los albergues de Sampaya, el Albergue eco-turístico de Tomarapi en el Sajama, el albergue comunitario de la Isla de la Luna, Suapi y Sorata. A pesar de que estos emprendimientos han sido creados con éxito y han sido aceptados por las comunidades locales, muchos enfrentan dificultades que pueden llevar al fracaso o al cierre. Entre las causas comunes se encuentran la mala administración, la falta de un estudio de mercado adecuado, deficiencias en la promoción del destino turístico, información inadecuada por parte de agencias de viaje o puntos de información turística, desacuerdos entre los entes promotores y responsables del turismo en los municipios, así como la ineficiencia en los servicios turísticos como alimentación, transporte, hospedaje y atracciones.

Dentro de estos emprendimientos, se han desarrollado atractivos turísticos enfocados principalmente en el turismo de aventura, el cual se entiende como: “Un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo”. (OMT, 2019) .

La crisis política que ocurrió durante el último trimestre del año 2019 tuvo un impacto significativo en la actividad turística, resultando en su paralización total y generando preocupación entre los turistas

nacionales y extranjeros en relación al riesgo asociado al desplazamiento dentro del territorio boliviano. Según el informe de HostelTours publicado el 11 de noviembre de 2019, esta situación llevó a la suspensión del movimiento turístico en todos los departamentos de Bolivia. (Hosteltur, 2019).

Tras la posterior estabilización política, el sector turístico boliviano experimentaba un periodo de reactivación que se vio abruptamente interrumpido con el inicio de la pandemia de COVID-19.

El 11 de marzo de 2020, Bolivia confirmó 2 casos positivos en su territorio, marcando el inicio de una crisis sanitaria global de dimensiones aún incalculables. La aparición y propagación de esta enfermedad suscitó interrogantes sobre su impacto a largo plazo y su influencia en diversas esferas económicas, incluida la actividad turística, cuyos sistemas se vieron especialmente vulnerables ante las medidas de contención y las restricciones de movilidad implementadas a nivel mundial. (Sevillano, 2020)

Bajo el Decreto Supremo N°4196, se declaró Emergencia Sanitaria Nacional y Cuarentena en el Estado Plurinacional de Bolivia, resultando en la paralización completa de la actividad turística y su infraestructura asociada. Esta medida tuvo repercusiones significativas en términos de pérdida de empleos, cierre de empresas, negocios y proyectos emprendedores en el sector. A partir del 17 de marzo de 2020, se implementaron una serie de acciones para la ejecución del decreto, que incluyeron la declaración de Emergencia Sanitaria Nacional, la imposición de cuarentena y el cierre de fronteras. Estas medidas, en particular la cuarentena y el cierre de fronteras, ejercieron un impacto drástico sobre la economía del país, exacerbando la crisis desencadenada por la pandemia de COVID-19. (Sevillano, 2020)

Según (HostelTours, 2020) en su nota Publicada el 19 de marzo, indica: “El Turismo en Bolivia perderá 1.000 millones de dólares por el Coronavirus, que recién estaba recuperándose tras los conflictos políticos y sociales de octubre y noviembre del 2019”. A partir del 16 de abril, con la extensión de la cuarentena, se observaron los primeros signos de reactivación del turismo a través de iniciativas virtuales, como tours virtuales ofrecidos por agencias de viajes. Sin embargo, estos esfuerzos fueron inicialmente incipientes y poco efectivos, exacerbando las dificultades económicas y financieras del personal involucrado en el sector turístico. El 29 de abril, el Gobierno boliviano emitió un comunicado anunciando la implementación de una "cuarentena dinámica", la cual permitía

a algunos departamentos comenzar a reanudar sus actividades económicas manteniendo estrictas medidas de bioseguridad. A pesar de este paso hacia la reactivación gradual, se mantuvieron las restricciones de cierre de fronteras aéreas, terrestres y fluviales, así como la suspensión de vuelos nacionales e internacionales, clases y eventos públicos que pudieran generar aglomeraciones, vigentes hasta el 31 de mayo.

En abril de 2020, la Asociación Boliviana de Agencias de Viajes y Turismo (ABAVYT), junto con las asociaciones representativas del transporte turístico, guías y hoteles en Bolivia, emitieron un comunicado conjunto. En dicho comunicado, las entidades declararon encontrarse en una situación de "crisis extrema", instando al Gobierno Nacional a implementar un plan integral de alivio y reactivación destinado específicamente al sector turístico del país.

El 01 de mayo del 2020 “el Ministerio de Salud emitió un protocolo para la limpieza y desinfección de espacios cerrados y abiertos, recomendaciones y uso para prevenir la propagación del contagio por COVID 19” (Ministerio de Salud y Deportes, s.f.). “En esta etapa se percibió, tras la flexibilización de la cuarentena, adaptar estos nuevos protocolos de bioseguridad para visitas guiadas por parte de las empresas operadoras de turismo mediante la modalidad de salida por número de terminación de carnet, pero siendo aún muy limitante para la actividad turística y la salud pública registrando para entonces 2.556 casos positivos, posteriormente, cuando se levantó la cuarentena aproximadamente para agosto del 2020 varias agencias operadoras de turismo trataron de implementar las salidas y visitas a sitios turísticos cumpliendo e implementando los protocolos iniciales de bioseguridad para brindar un servicio seguro” (Actualidad, 2020).

En el segundo trimestre del año 2020, Bolivia implementó diversas acciones iniciales para reactivar el sector turismo, según : (Hosteltur, 2021). Entre las más destacadas se incluyó el lanzamiento de una nueva página web por parte del Viceministerio de Turismo. Esta iniciativa tuvo como objetivo principal reactivar la promoción e incentivar el turismo interno, además de proporcionar asistencia en línea, cursos de formación y directrices sobre las medidas de bioseguridad que debían adoptar los prestadores de servicios turísticos a nivel nacional, así como los turistas en general. La plataforma digital también ofreció acceso a documentos, señalética, cuñas radiales y videos instructivos, diseñados para orientar a los prestadores de servicios turísticos sobre los nuevos procesos a seguir para garantizar la prestación segura de servicios, enfocándose en la bioseguridad. Este enfoque se alineó con la estrategia global de combatir la propagación del virus COVID-19, considerando la

bioseguridad como el principal recurso para contener su avance, especialmente en un contexto donde las vacunas aún se encontraban en fase de investigación.

Para noviembre del 2020 el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural y el Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social aprobó el (Reglamento Decreto Supremo N° 4400, 2020) del 26 de noviembre de 2020, "Medidas de Promoción y Recuperación del Sector Turismo Interno" teniendo y apostando por las siguientes medidas de promoción y difusión, las cuales se citarán a continuación:

- Desarrollar estrategias de promoción integral de la oferta turística a nivel nacional.
- Fortalecer al sector turístico a través de a participación en la actividad turística, la coloración de la diversidad étnica y cultural, fuente de identidad y riqueza de las comunidades urbanas y rurales, pueblo y naciones indígena originario campesinos, comunidades afro bolivianas e interculturales, para el disfrute de las presentes y futuras generaciones.
- Promover el desarrollo sustentable del turismo para proteger, preservar y conservar el patrimonio natural, para el goce de nuestras futuras generaciones en el marco de la normativa ambiental vigente.
- Sensibilizar a la población en general y a los diferentes actores involucrados en turismo del ámbito local, regional, departamental y nacional sobre la importancia del turismo como eje estratégico y complementario para el desarrollo local integral.
- Ampliar y diversificar la oferta turística, a través de la identificación de productos turísticos en los territorios que incorporen criterios de calidad en la prestación de servicios, recatando la identidad cultural y conservando los recursos naturales, culturales y la biodiversidad.
- Articular y promover el acceso al mercado de los productos artesanales con identidad cultural en los destinos, rutas y circuitos turísticos como parte de su oferta, en todas las modalidades de la actividad turística.

Las medidas adoptadas por el Gobierno de Bolivia en respuesta a la crisis del sector turístico deberán ser objeto de estudio y análisis respecto a la implicación de los actores tanto públicos como privados, así como las estrategias implementadas por las asociaciones turísticas en diversas áreas. Se debe

evaluar si los productos lanzados lograron resolver problemas y generar beneficios a mediano plazo. Sin embargo, es importante destacar que este aspecto no será abordado en profundidad en el marco de la presente investigación, dado que el objetivo de la misma se centra en otro ámbito específico.

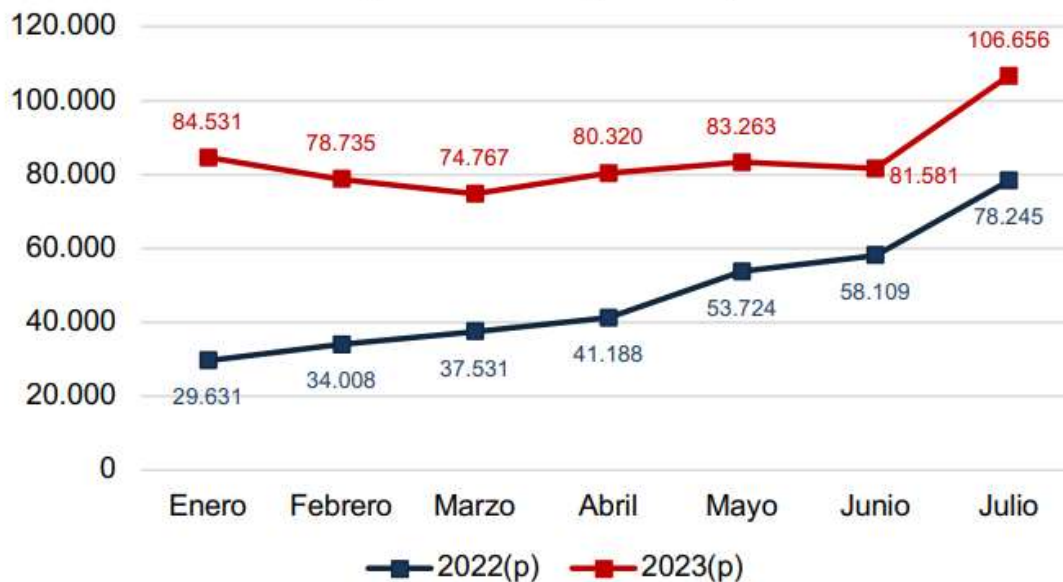
En el siguiente estudio se presentan gráficos que ilustran el gradual incremento del turismo posterior a la pandemia del COVID-19.

FIGURA 6. Bolivia, llegada de visitantes extranjeros, según modo de transporte, enero –julio , 2022-2023 (en número de personas)

MODO DE TRANSPORTE	2022 ^(p)		2023 ^(p)		Variación porcentual
	Visitantes	Participación porcentual	Visitantes	Participación porcentual	
Total	332.436	100,0	589.853	100,0	77,4
Aéreo	139.769	42,0	194.824	33,0	39,4
Carretero	192.667	58,0	395.029	67,0	105,0

Fuente: Instituto Nacionales de Estadística INE (2023).

FIGURA 7. Bolivia, llegada de visitantes extranjeros por mes, enero -julio 2022-2023 (en número de personas)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE (2023).

Hasta la fecha actual, el sector turístico está experimentando una reactivación notable y una recuperación positiva. Empresas turísticas, agencias de viajes y destinos turísticos han reabierto y retomado sus operaciones desde el año 2022, mostrando una recuperación gradual.

Para el año 2023, el turismo en Bolivia ha mostrado signos de fortalecimiento, según lo indicado en el informe de llegadas del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), publicado en septiembre de 2023. El informe destaca un crecimiento significativo del 77,4% en la llegada de turistas extranjeros al país. (Espinoza, 2024).

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE) en 2023, Bolivia recibió aproximadamente 106.656 visitantes internacionales, un aumento significativo en comparación con los 78.245 registrados en 2022. Este crecimiento se atribuye a la reapertura de fronteras y a los esfuerzos del gobierno por revitalizar el sector a través de campañas de promoción y mejoras en la infraestructura turística.

El turismo ha demostrado ser un motor esencial para la economía boliviana, contribuyendo con ingresos significativos. En 2023, los ingresos generados por el turismo alcanzaron los 803 millones de dólares, superando los 716 millones del año anterior. Este incremento no solo refleja un aumento en el número de visitantes, sino también en el gasto promedio por turista, beneficiando a comunidades locales y pequeñas empresas en destinos populares como Uyuni y el Parque Nacional Madidi (El País, 2023).

Mirando hacia el futuro, el gobierno boliviano se ha comprometido a seguir impulsando el turismo mediante la implementación de programas y proyectos que fortalezcan tanto destinos consolidados como emergentes. Se espera que para 2024 Bolivia supere los 1.4 millones de visitantes extranjeros, lo que representaría un nuevo récord histórico para el país. Estas iniciativas buscan no solo aumentar el número de visitantes, sino también diversificar la oferta turística y mejorar la sostenibilidad del sector (El País, 2023).

En este contexto y con los datos proporcionados, se puede decir que, Bolivia puede apostar por el turismo interno en destinos con baja densidad de población, siendo prometedor para la recuperación del sector turístico de forma sustentable, no obstante estará condicionado a la estabilidad política, social y económica del país.

2.3. Situación del turismo en la ciudad de La Paz.

La ciudad de La Paz, como sede de gobierno del Estado Plurinacional de Bolivia, ofrece una amplia gama de atractivos turísticos que destacan por su diversidad paisajística, expresiones culturales y variedad de opciones turísticas disponibles. Entre los lugares más reconocidos se encuentran Huayna Potosí, Tiwanaku, Copacabana, Isla del Sol y la Isla de la Luna, el Camino de la Muerte, el Valle de la Luna, los city tours, Sorata, el Parque Nacional Madidi y Coroico, entre otros. Estos destinos representan una oportunidad significativa para el desarrollo del turismo en la región, atrayendo a visitantes interesados en experiencias culturales, naturales y de aventura.

Desde la década de 1980, el turismo en la ciudad de La Paz ha experimentado un notable crecimiento, consolidándose como uno de los destinos más visitados en Bolivia. Este reconocimiento se debe principalmente a la atracción turística de lugares como Madidi, Copacabana, Tiwanaku y Coroico, los cuales han reportado una considerable afluencia de turistas, según el documento "Perfil del Turismo Receptivo y Estadísticas de Turismo 2004" del Viceministerio de Turismo. Además, La Paz alberga uno de los aeropuertos más transitados del país, el Aeropuerto Internacional de El Alto, lo cual contribuye significativamente a su popularidad como destino turístico. Otro factor determinante es el atractivo turístico del Salar de Uyuni, ubicado en el departamento de Potosí pero con acceso directo desde La Paz, ya que muchos turistas utilizan esta ciudad como punto de partida o llegada para continuar su viaje hacia Perú o Chile. (Cuba, 2006)

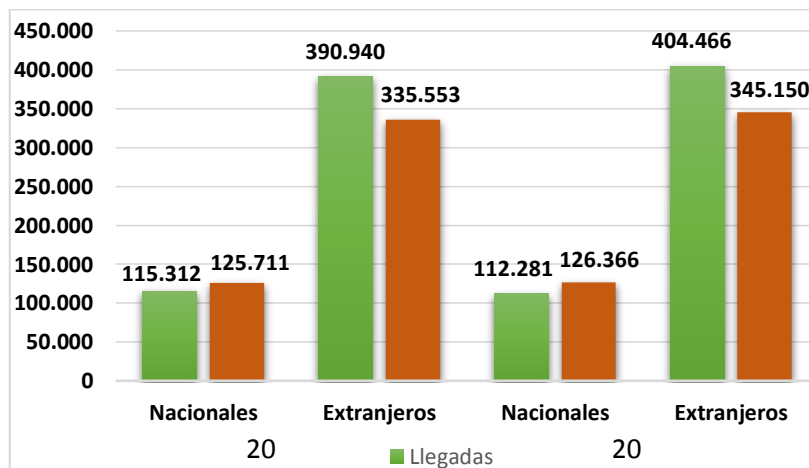
En el año 2014, la ciudad de La Paz fue distinguida como una de las siete ciudades maravilla del mundo, según la Organización New 7 Wonders. Este reconocimiento se anunció el 7 de diciembre de 2014, tras un proceso de selección y votación a nivel global. La designación fue recibida con sorpresa tanto por la población local como nacional e internacional, lo que situó a La Paz en el centro de atención mundial y despertó un mayor interés entre los turistas por explorar la ciudad. (Los Tiempos, 2014).

Se intensificaron los esfuerzos de las autoridades gubernamentales y regionales para concentrarse en el desarrollo del turismo aprovechando esta ventaja, por tal motivo, se identificó como una oportunidad a explotar con la ciudad, adoptando el eslogan de "La Paz Maravillosa". Entre las principales acciones que se implementaron en el Plan Municipal de Desarrollo Turístico de La Paz, fue:

La creación de la Agencia Municipal de Desarrollo Turístico ‘‘La Paz Maravillosa’’. Esta entidad fue establecida como responsable de ejecutar las políticas turísticas destinadas a promover y posicionar a La Paz como un destino turístico de relevancia mundial. Además, la agencia dirigió sus esfuerzos hacia la mejora de la seguridad turística, la infraestructura y los servicios turísticos, así como el fortalecimiento de la marca y la implementación de estímulos e incentivos. Estas iniciativas y directrices contribuyeron a una gestión turística más efectiva en el departamento de La Paz, orientando sus recursos hacia la promoción del turismo especializado, especialmente en ámbitos culturales y naturales. Esto implicó una revalorización de las prácticas ancestrales, las identidades locales, el patrimonio inmaterial y el patrimonio natural, con el objetivo de impulsar el crecimiento económico del departamento. (Emprende, 2014)

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en el año 2017, la ciudad de La Paz registró la visita de 988,263 turistas nacionales y extranjeros, lo que representa un incremento del 2.14% en comparación con el año anterior (2016). Estos datos se presentarán gráficamente en las siguientes secciones para facilitar su visualización y análisis.

FIGURA 8. La Paz: flujo de visitantes internacionales por tipo de viajero, 2016-2017. (INE, 2018)



Fuente: Adaptado de Instituto Nacional de Estadísticas. (INE, 2018)

La variación positiva del flujo de visitantes internacionales se atribuyó al incremento del flujo total por modo de transporte aéreo con 3,52% y carretero con 1,13%.

Según el análisis del gráfico presentado, el sector turístico de la ciudad de La Paz experimentó un crecimiento sostenido, atribuible a iniciativas conjuntas de diversas entidades y a la introducción de nuevas ofertas en el mercado. Esto consolidó al departamento como uno de los más robustos en términos de oferta y demanda de atractivos turísticos en Bolivia. Sin embargo, con el inicio de la pandemia de COVID-19, todas las actividades turísticas se detuvieron por completo. En respuesta a esta situación, diversas asociaciones como la Cámara de Hotelería, la Cámara Nacional de Operadores de Turismo (Canotour), la Asociación Boliviana de Agencias de Viajes y Turismo (Abavyt), los empresarios gastronómicos, el Viceministerio de Turismo, la Gobernación y la Alcaldía de La Paz elaboraron un documento conjunto. En este documento se delinearon acciones y directrices específicas para buscar soluciones que permitieran la reanudación segura de las actividades turísticas. Como resultado de estos esfuerzos, se desarrollaron manuales de bioseguridad destinados a regular el funcionamiento y la atención en las agencias de viajes y turismo en el periodo post cuarentena por COVID-19. (Abavyt, 2020)

Según la normativa relativa del COVID -19 en Bolivia (Ferrere, 2020), a mediados de mayo se registraron 18,459 casos confirmados de la enfermedad. Para el 31 de julio, esta cifra aumentó a 44,113 casos confirmados. La ciudad de La Paz fue identificada como el segundo departamento con mayor número de contagios, después de Santa Cruz, según los datos reportados.

Con el objetivo de revitalizar el sector turístico, el Viceministerio de Turismo desarrolló un manual de bioseguridad (Tamayo Ariel , 2021). En respuesta a la disminución de la actividad turística, el Gobierno Autónomo de la Ciudad de La Paz implementó estrategias de turismo alternativo, promoviendo y comercializando destinos y tours próximos a la ciudad, como Zongo, el Tour de los Lustrabotas, la Muela del Diablo y caminatas en Siete Lagunas, aplicando las normativas de bioseguridad y proporcionando capacitación a los proveedores de servicios turísticos.

Según la investigación de campo, las agencias operadoras de turismo optaron por la oferta de paquetes de turismo alternativo en proximidad a la ciudad de La Paz. Estos paquetes generalmente incluían tours de día completo a lugares como Dragón Dormido, Chacaltaya, Sorata, Luribay, Saha Paqui y Charquini, los cuales experimentaron una notable afluencia de visitantes hacia mediados del año 2021. Sin embargo, estos atractivos turísticos fueron promovidos de manera informal posteriormente a la pandemia, resultando en muchos casos en una sobrecarga de la capacidad de carga de los destinos. Esta informalidad por parte de las agencias operadoras de turismo condujo a prácticas ilegales,

competencia desleal mediante la reducción de precios y una informalidad en el empleo dentro del sector turístico, afectando directamente el empleo en la región.

Con la implementación de incentivos para la vacunación contra el COVID-19 y la flexibilización de las restricciones de entrada al país a partir de mediados de abril de 2022, el sector turístico experimentó un notable aumento en el flujo tanto nacional como internacional. Este incremento facilitó la reactivación de eventos significativos como la Entrada del Gran Poder, el Carnaval y la Entrada Universitaria.

En el departamento de La Paz, el turismo ha experimentado un desarrollo constante y positivo, generando expectativas significativas de crecimiento desde el año 2022. En el año 2023, se observó un aumento notable impulsado por eventos culturales organizados por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, como la Entrada del Gran Poder y la Verbena Paceña, los cuales destacan como los más influyentes, contribuyendo a un movimiento económico estimado en 150 millones de dólares anuales. (GAMLP - Gobierno Autonomo Municipal de La Paz, 2024).

Para el presente año, se anticipa una recuperación total del turismo con una mayor afluencia de visitantes y actividad económica en diversos destinos dentro y en los alrededores del municipio. A nivel nacional, sin embargo, persisten los desafíos relacionados con conflictos socio-políticos, el gradual aumento de la canasta básica y la escasez de dólares, factores que afectan la actividad turística aunque no impiden su funcionamiento continuo.

2.4. Antecedentes del Turismo Alternativo en el mundo.

El turismo alternativo ha experimentado un notable crecimiento a nivel global en los últimos años debido a sus características distintivas centradas en la preservación del medio ambiente y la cultura, así como en la atracción de actividades diversas de riesgo, además de ser una alternativa al turismo convencional y de masas. Por lo cual en el transcurso de los años no se tiene una definición universal oficialmente aceptada o generalmente aceptada por lo cual puede variar.

La OMT define al Turismo Alternativo como: “Una forma de turismo que busca proporcionar experiencias diferentes a las del turismo convencional, poniendo un énfasis especial en el respeto por el medio ambiente, la cultura local, y el bienestar de las comunidades anfitrionas. Este tipo de turismo

a menudo se enfoca en actividades sostenibles, la participación activa de los turistas en la preservación del entorno y la inmersión en la cultura local'' . (OMT, 2019) .

No se tiene claro cuando fue el surgimiento del turismo Alternativo, según el Instituto de Investigación Consultoría y Servicios Turísticos IICSTUR:“los primeros indicios fueron en el continente europeo a mediados de los años ochenta para el desarrollo de aquellos lugares o regiones subdesarrolladas (áreas rurales)” (Pairumani, Roman, 2013).

Por otro lado, desde principios del siglo XX, surgió cambios notorios en la naturaleza como el deshielo de glaciares, lluvia y sequía en regiones, más calor, aumento de ciclones y huracanes, desplazamiento de las estaciones y cambios en sistemas biológicos a causa del Calentamiento Global, estos problemas empezaron a tener mayor importancia ante organización y gobiernos del mundo pidiendo atención para contrarrestar sus efectos. Ante este problema, no fue indiferente la actividad turística que hasta ese momento se desarrollaba mayormente en turismo de masas, destinos de sol y playa que tenían gran atractivo, pero con una gran incidencia al consumismo (Bárcena, et. al., s.f.).

Los primeros movimientos de cambio de la actividad turística según (Zamorano, 2008) se registraron con la Bolsa Internacional de Turismo en Berlín en el año 1985, que era promovida y apoyada por organismos ambientales, profesionales en turismo y otras actividades, para el año siguiente se tenían 14 organizaciones que apoyaban estas causas y estaban vinculadas a la actividad turística formando así el denominado “Turismo Consiente y Responsable” promoviendo el turismo responsable, socialmente justo denunciando y criticando al turismo en masas.

Un precedente muy importante es la conferencia de Las Naciones Unidas sobre el medio ambiente y desarrollo, más conocida como la “Cumbre De La Tierra” celebrada en 1992 en Rio de Janeiro, donde se implementó el término “Desarrollo Sostenible” donde se generaron acciones globales conocidas como “La Agenda XXI”, desde entonces gran parte de los países han asumido el concepto de “desarrollo sostenible” en el ámbito de las políticas generales y sectoriales, creando ministerios, leyes y programas. (Zamorano, 2008)

Este cambio hizo que el turismo Alternativo ganara reconocimiento como una nueva forma de hacer turismo siendo más empática y consiente con respecto a los cambios en la naturaleza, tengan mayor interacción con la población local y respetando patrimonio cultural, histórico y natural, surgiendo así

el Turismo Alternativo como una nueva forma de turismo sustentable, según el autor Zamorano 2008, con estos cambios también se vio la evolución de la manera de prestar los servicios turísticos adicionales a los tradicionales como parte de la oferta de servicios turísticos como la animación turística y las 3 modalidades del turismo alternativo que son el turismo de aventura, ecoturismo y el turismo rural, refiriéndose a esta prestación de servicios turísticos como servicios diferenciados, los cuales son un atractivo adicional para integrarlos a la oferta ya existente o a las que se pretenden crear.

Las caracterizaciones principales para este tipo de turismo fue la estrategia prioritaria para dar sustentabilidad al crecimiento turístico y económico local y/o comunidades procurando el uso racional de los recursos, generando beneficios económicos y mejor calidad de vida, además que su desarrollo trae consigo valores humanos y sociales que valorizan la cultura atrayendo cada año más y más adeptos, (Zamorano, 2008)

Los principales países de Latinoamérica que apostaron por el Turismo Alternativo México, Argentina, Ecuador, Colombia, Perú y Costa Rica, este último siendo un ejemplo de conservación de fauna protegida y avistamiento de aves, tortugas monos y hasta ballenas considerado destino sostenible basándose en abastecer sus necesidades energéticas en energía renovable, estos países proyectaron y trabajaron en enfocar su turismo en los 3 pilares fundamentales del turismo Alternativos, gracias a su gran belleza paisajística y las oportunidades que se fueron presentando con las nuevas tendencias de mercado (Beltrán y Bravo, 2008).

Actualmente el Turismo Alternativo tiene un gran reconocimiento con la oferta de nuevos mercados competitivos a nivel mundial atrayendo grandes segmentos de demanda variada y en muchos casos con servicios especializados requiriendo una capacitación especial, siendo un tipo de turismo en constante desarrollo y adecuado para la sustentabilidad de los países y regiones.

2.5. Antecedentes del Turismo Alternativo en Bolivia.

En Bolivia, el Turismo Alternativo tuvo sus inicios a principios de los años noventa, impulsado por el descubrimiento y la creciente importancia de nuevos destinos reconocidos por su belleza paisajística, natural y cultural. Uno de los primeros destinos en destacarse fue Madidi, especialmente popular entre los viajeros de aventura en búsqueda de experiencias culturales auténticas y contacto directo con la naturaleza. La notoriedad de Madidi se vio ampliamente amplificadas por el caso de

supervivencia de Yossi Ghinsberg, un ciudadano israelí que se extravió en la selva amazónica boliviana y fue rescatado, ganando reconocimiento por su relato de supervivencia. Es importante señalar que no todos los destinos turísticos que involucran la naturaleza son considerados como ecoturismo, dado que Farrell y Runyan (1991) argumentan que el término ecoturismo se utiliza de manera indiscriminada para describir casi cualquier tipo de turismo relacionado con la naturaleza, posiblemente con fines comerciales más que por su autenticidad ambiental. (Zamorano, 2008).

Paralelamente, surgieron destinos turísticos en Bolivia como Copacabana, Uyuni, las Misiones Jesuíticas, Chiquitania, Samaipata, Tiwanaku, Chacaltaya y ciudades coloniales como Potosí y Sucre. Estos destinos, aunque ya contaban con una afluencia turística previa debido a motivos como peregrinaciones o eventos programados, comenzaron a diversificar y enfocar sus productos hacia el turismo alternativo. Este nuevo enfoque está orientado a concienciar tanto a turistas nacionales como extranjeros sobre la importancia de la conservación ambiental y cultural, ofreciendo experiencias más auténticas y sostenibles en estos lugares históricamente ricos y naturalmente diversos.

Por otro lado, hay que mencionar que los inicios A Emprendimientos Turísticos Campesinos Comunitarios “turismo rural” fue gracias al proyecto Qhapaq Nan, el cual indica: “la política de turismo indígena y comunitario que se inició al anterior gobierno, desde el año 2006, cuya política se centró en el turismo indígena y comunitario como un turismo inclusivo con promoción de empresas comunitarias, bajo el control de pueblos indígenas y comunidades rurales y urbanas articuladas en asociaciones, redes y complejos productivos con el sector público y el privado”, (Qhapaq Nan, 2016).

Se puede diferenciar el inicio y el apoyo a estos Emprendimientos de Turismo Rural Comunitario especialmente por el gobierno en turno y contemplado en la Ley General de Turismo 292 “Bolivia te Espera”, por otro lado, se debe referenciar que, con este cambio también vienen otros retos por afrontar, estos pueden ser: exceso de oferta, ilegalidad de algunos establecimientos, falta de promoción del turismo rural por parte de las administraciones, estacionalidad del turismo rural, falta de profesionalidad de los propietarios, por mencionar algunos. Estos problemas se identificaron mediante investigación de campo, se evidenció que, en varios de estos emprendimientos, si bien el personal y/o encargados son empáticos con los visitantes, la comunidad aún tiene una actitud cerrada.

Al mismo tiempo se debe mencionar que los emprendimientos turísticos de base comunitaria más significativos son: Eco Albergue Chalalan en la comunidad de San José de Uchupiamonas del Parque

Nacional Madidi activo desde 1992, albergue turístico San Miguel del Balan Rurrenabaque desde 2006, Ecoturismo comunitario Tacaso en la población de Ixiamas desde 2003, albergue Ecoturístico Urpuma ubicado en Sandillani “Choro”, Albergue Turístico Tomarapi ubicado en el departamento de Oruro Parque Nacional Sajama desde 1997, y la red de hoteles de los andes Tayka conformada por 4 hoteles desde 2004. También se debe destacar la **Red de Turismo Apthapi**, la cual es una “asociación de emprendimientos turísticos comunitarios que brinda servicios de turismo Alternativo para los visitantes de la región del Lago Titicaca de Bolivia, es una alternativa las comunidades de Challa pampa Isla del Sol, Coati Isla de la Luna y Sahuina” (Titicaca Turismo).

La red Tusoco de igual manera, es “una red de turismo solidario comunitario que empezó sus operaciones con emprendimientos en el año 2004, en su mayoría son comunidades campesinas e indígenas que recurren al turismo solidario como fuente complementaria de ingresos y como herramienta para salvaguardar sus culturas y tradiciones” (Tusoco Viajes).

Estos emprendimientos turísticos de base comunitaria han sido ampliamente apoyados, difundidos y aceptados tanto por los pobladores locales como los turistas tanto nacionales y extranjeros, pero según Machaca, si bien este turismo comunitario tuvo gran avance a nivel político y jurídico, pero a nivel de su implementación el camino recorrido ha sido muy poco, muy lento y superficial (Machaca, 2020). Ahora bien, se debe preguntar cuántos de estos emprendimientos comunitarios aún siguen funcionando tras la pandemia del COVID 19 y si se evidencia que no fueron creados con los principios y objeto del turismo responsable consiente si no como una alternativa de generar mayores ingresos económicos y una mejor calidad de vida y posteriormente para revitalizar la cultura y protección del territorio.

2.6. Antecedentes del turismo alternativo en La Paz.

En la ciudad de La Paz se podría decir que el tipo de turismo que predomina es el Turismo Alternativo según el Instituto de Investigación Consultoría y Servicios Turísticos IICSTUR, 2013, teniendo entre sus principales atractivos: City Tours, Lago Titicaca, Tiwanaku, Madidi, Huayna Potosí, Biking Coroico y Chacaltaya y Valle de la luna, otros paquetes que son ofertados por las agencias operadoras de turismo son: Treking en Takesi, Choro, Tuni Condoriri, Yunga Cruz, Apolobamba, Laguna Glaciar, Climbing Illimani, Illampu, Urimiri, Coroico, Valle de las animas y cañón de palca, además

de turismo especializado como cholitas Wrestling, Urban Rush, Cabalgatas, Zipline, Rafting y Cayaking, Ala Delta, Rock Climbing y Parapente” (Pairumani, Roman, 2013).

Se destacan diversos emprendimientos enfocados en el Turismo Comunitario en diferentes regiones del departamento de La Paz. Entre ellos se encuentran el Eco Albergue Chalalán en el Parque Nacional Madidi, el emprendimiento Qala Uta situado en las faldas de la cordillera Real, el Albergue Urpuna en el Parque Cotapata y Santa Bárbara, la asociación comunitaria Acru-sol en la Isla del Sol, comunidad de Challa, la Cabaña La Unión en Luribay, el Refugio Agua Blanca en Pelechuco, el emprendimiento Misterios del Titicaca en la comunidad Pata Patani, Sampaya en las orillas del lago Titicaca, el emprendimiento Pacha Trek en las comunidades de Kaluyo, Chapacari y Qutapampa, el Albergue Lagunillas en el municipio de Curva, el Albergue San Pedro de Sorata, el emprendimiento San Miguel del Bala en el Parque Nacional Madidi, el emprendimiento Villa Alcira en la comunidad Takana, el emprendimiento Pampalarama y la asociación de comunidades del sector del lago Titicaca Red Aptaphi. (Qhapaq Nan, 2016)

En el marco de una investigación de campo sobre la oferta turística en la ciudad de La Paz, se ha identificado que la mayoría de los atractivos y actividades disponibles están orientados hacia el Turismo Alternativo. Entre las opciones destacadas se encuentran el trekking, la observación de flora y fauna, la escalada en roca o hielo, el ciclismo de montaña, la pesca deportiva, y las visitas a pueblos indígenas. Además, se observa una oferta diversa que incluye agroturismo, turismo arqueológico, medicina tradicional, gastronomía, montañismo, canyoning, rapel, vuelo en ala delta, vuelo en parapente y zipline. Estas actividades están diseñadas para atraer principalmente a turistas extranjeros, aunque también se registra una demanda significativa por parte de turistas nacionales y locales.

Esta tendencia revela un creciente interés en experiencias alternativas que integran elementos de aventura, naturaleza y cultura, lo cual contribuye a la diversificación de la oferta turística en la región. Este fenómeno pone de manifiesto que tales actividades no solo son promovidas y comercializadas, sino que también son ampliamente disfrutadas por los visitantes. Aunque en sus inicios estas experiencias podrían haber sido impulsadas principalmente por motivos económicos, la creciente demanda ha facilitado una evolución hacia servicios que son cada vez más conscientes y responsables. Esta adaptación responde a las expectativas de los turistas contemporáneos, quienes valoran la sostenibilidad y el respeto por el entorno y las culturas locales.

Ahora que se conoce la oferta turística de aventura dentro el departamento, se debe conocer el tipo de demanda interna del municipio de La Paz. Según OMT está íntimamente relacionada con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y su determinación depende de numerosos factores no solo económicos si no también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos (Gonzalez, 2011).

En relación con la interacción entre la oferta y la demanda en el municipio, se ha observado que el turismo de aventura presenta una demanda significativa que requiere un análisis detallado de su nivel de especialización. Este tipo de turismo enfrenta diversos desafíos, que incluyen la disponibilidad de recursos humanos capacitados, la gestión tanto por parte de autoridades públicas como privadas, así como consideraciones culturales y ambientales. Tras la pandemia de COVID-19, el turismo de aventura ha reanudado sus operaciones, adaptándose a los cambios en las preferencias de los viajeros y en los métodos de prestación de servicios. Estos ajustes serán determinantes para el futuro de esta modalidad turística en la ciudad de La Paz.

2.7. Demanda turística Interna en la ciudad de La Paz.

La ciudad de La Paz se destaca como uno de los destinos más frecuentados y económicamente dinámicos de Bolivia. Sin embargo, para abordar adecuadamente la demanda turística de La Paz, es necesario primero establecer su definición en el contexto específico del turismo: según la Organización Mundial del Turismo (OMT) define a la demanda turística como: "El conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objeto de cubrir sus necesidades. Económicamente la definimos como la cantidad de "producto turístico" que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado, a un precio determinado" (Mamani Villasante, 2016).

Por otra parte, la demanda turística se manifiesta a través de diversas formas de turismo, que incluyen el turismo doméstico, receptivo y emisor, cada una de las cuales engloba distintas categorías como el turismo interior, nacional e internacional. En el marco de esta investigación, se focalizará en el turismo interno, definido como: "las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor". (Sociales, 2010).

Según el libro Oferta y demanda turística del municipio de La Paz, se observa que la demanda turística era constante y creciente antes de la pandemia de COVID-19. El estudio también identifica y analiza el perfil de la demanda turística en La Paz, abordando sus características socioeconómicas y demográficas. A continuación, se presentan los detalles específicos de dicho análisis:

“El mayor flujo de visitantes nacionales al municipio de La Paz proviene del departamento de Cochabamba con un 21,6%, segundo y tercer lugar, están Santa Cruz y Potosí 18% y Oruro con 14%. La mayoría de sexo masculino (casi 60% respecto a un 40% de sexo femenino), siendo la población predominantemente joven, con un 43% comprendido entre 20 y 29 años. Estado civil solteros con el 55%, casados 39% y convivientes 5%. Ocupación mayormente de estudiantes 29.1%, profesionales 23.9% y trabajadores independientes 13.3%. Instrucción de profesionales 30 %, estudiantes universitarios 27.7 % y bachilleres 25.4%. Ingreso casi el 45% tiene ingresos inferiores a bs. 2000, un 33.7% entre bs.2000 y bs. 500 y solo el 2.9% tiene ingresos superiores a bs.10000”

En sus características motivacionales y preferenciales indica: según la condición de viaje y estadía, el 94% prefiere el transporte terrestre, el 6% prefiere el transporte aéreo. El motivo de viaje viene 37.6% por congresos, negocio y motivaciones profesionales, el 28.4 % por visita a parientes y amigos, 21.3% por vacaciones. Condición de viaje el 94% se desplaza de manera independiente y solo el 6%. Toma los servicios de agencia de viajes u operadora. Forma de viajes el 43.7% viajan solos, el 29.4% en familia y el 15% con amigos. Tiempo de estadía el 62.2% tienen una estadía de 3 días y el 7.5% superior a 10 días. Gasto promedio el 76% gastan menos de USD 60 diarios. En cuanto a la frecuencia el 82.2% afirmo haber estado antes en el municipio de La Paz. (Gobierno Autonomo Municipal de La Paz, 2014)

Aunque este apartado señala un flujo constante y creciente de turistas en la ciudad de La Paz con características específicas, es crucial examinar las características de la demanda del turismo alternativo. Este tipo de turismo especializado se dirige a visitantes que buscan experiencias únicas y auténticas, destacándose por su interés en actividades como trekking, ecoturismo, turismo cultural y aventura.

Por otro lado el El Instituto de Investigación Consultoría y Servicios Turísticos IICSTUR identifica las siguientes características de la demanda del turismo alternativo los cuales son: (Pairumani, 2013)

- El turista quiere ser más activo: no solo quiere ver los atractivos turísticos sino quiere participar de manera directa en todas las actividades que se los ofrecen en los diferentes destinos, por lo cual requiere de una satisfacción personalizada.
- Consumidor responsable: el nuevo turista consume, pero de manera responsable sin despilfarros ni derrochar.
- Exigente: es más exigente porque posee más información respecto a la concepción integral del producto y del destino turístico.
- Es más culto: desea satisfacer y cubrir más inquietudes, por lo cual exige valores periféricos y complementarios.
- Fragmenta las estancias: los periodos de vacaciones son más cortos, pero son numerosas y se reparten a lo largo del año.
- Posee una sensibilidad medioambiental: tiene una sensibilidad medioambiental más desarrollada, por lo cual busca el equilibrio entre el paisaje natural, el urbanismo y la capacidad de disfrutar intensamente.
- Busca realidades: exige seguridad y garantía de los productos que compra, por otro lado, busca atributos de los productos y de los destinos que no sean artificiales, sino realistas.
- Busca productos y destinos alternativos: el nuevo turista se deja tentar por los productos y destinos alternativos, exóticos, de aventura y de largo recorrido.
- Quiere buen trato: el turista reclama ser bien acogido, entablar lazos e integrarse con las poblaciones locales.
- Busca espacios con menor impacto: el turista busca espacios con menor impacto sobre el medio ambiente y con mayor integración social.

Así mismo se afirma que el consumidor del turismo alternativo busca más productos y paquetes diversificados, demanda más naturaleza, más aventura, más exótico, más riesgo, más deporte, más

cultura, más gastronomía, etc... así mismo exige mayor personalización en cuanto a la prestación de los servicios turísticos”. (Pairumani, Roman, 2013).

Aunque existe una demanda notable para el turismo alternativo, actualmente no se dispone de información suficiente para definir o distinguir el perfil del turista interno de aventura en el municipio.

Es crucial entender las características específicas de estos residentes locales que participan en actividades y consumen atracciones turísticas de aventura. La falta de un estudio de mercado previo sobre esta demanda subraya la importancia de conocer las preferencias, gustos, objetivos y expectativas de estos viajeros, especialmente en el contexto posterior a la pandemia del COVID-19. Es esencial determinar si estos turistas son conscientes de los principios asociados al turismo alternativo, que enfatiza la sostenibilidad ambiental y cultural. Este conocimiento permitiría a las empresas turísticas, agencias de viaje y operadores ajustar sus ofertas y servicios de manera que respondan adecuadamente a las necesidades específicas de las comunidades locales en las que operan, promoviendo así una gestión turística más inclusiva y sostenible.

CAPITULO III – MARCO TEORICO

3.1. Trabajos previos a nivel internacional.

A continuación, se presentan los estudios internacionales relevantes que serán considerados para respaldar la presente investigación:

Según (Dominguez Vasquez, 2017) en la tesis titulada "Perfil Del Turista De Aventura Que Visita El Distrito De Huamachuco-La Libertad, Año 2017", el objetivo principal fue determinar el perfil del turista de aventura que visita dicho distrito durante el año mencionado, definiendo sus características específicas en tres segmentos: arriesgado, convencional y aficionado. Además, se propusieron paquetes turísticos específicos para cada uno de estos segmentos. La metodología empleada fue de carácter aplicado, con un enfoque exploratorio de naturaleza mixta y un diseño de investigación exploratorio no experimental en cuanto a su alcance temporal. La población objeto de estudio fueron los residentes del distrito de Huamachuco, con una muestra total de 382 personas. La autora llegó a la conclusión de:

El perfil del turista de aventura se divide en tres segmentos según Promperu, los cuales fueron identificados durante el trabajo de campo realizado: turista arriesgado, convencional y aficionado. Sin embargo, se concluyó que el turista aficionado predomina en el Distrito de Huamachuco, debido a su interés en alternativas que incluyan el contacto con la naturaleza para escapar de la rutina diaria. El turista de aventura arriesgado representa el 35% del total, con una mayoría de mujeres en el grupo de edad de 24-29 años. Por otro lado, el turista convencional, que se enfoca en el turismo cultural, está compuesto en un 35% por hombres y en un 10% por mujeres. El turista aficionado, caracterizado por participar en actividades de bajo riesgo, representa el 56% del total, con una mayoría de mujeres entre las edades de 18-23 años. Se desarrolló un paquete turístico específico para cada tipo de turista con el fin de satisfacer sus necesidades y expectativas individuales.

Según (Chavez Liarez, 2018), en la tesis Estudio de mercado para determinar la viabilidad de brindar servicios de turismo de aventura en región Lambayaque, el objetivo principal fue determinar la viabilidad de ofrecer servicios de turismo de aventura en dicha región. Entre los objetivos específicos planteados se encontraban definir el perfil del turista de aventura en Lambayaque, analizar la oferta

actual de turismo de aventura en la región y determinar la demanda actual, describiendo productos y servicios disponibles. La metodología empleada fue de enfoque mixto, con un carácter aplicado y un nivel descriptivo, utilizando un diseño de investigación no experimental transversal. Las entrevistas fueron dirigidas a tres especialistas en turismo de aventura para obtener aportes y experiencias relevantes, mientras que las encuestas se dirigieron a turistas de entre 18 y 44 años, de ambos sexos, tanto nacionales como extranjeros, interesados en el turismo de aventura, logrando una muestra de 263 personas. El autor concluyó que:

Como resultado de este estudio de mercado, se concluye que es viable ofrecer servicios de turismo de aventura en la región Lambayeque. Se observa que la oferta actual en la región es incipiente, dado que los turistas interesados en experiencias de aventura tienen limitado conocimiento, experiencia o acceso a información sobre servicios de turismo de aventura u opciones similares, debido a la ausencia de proyectos consolidados en esta área. Esta situación representa una oportunidad significativa para el sector empresarial local.

Al analizar la demanda, se concluye que también es viable ofrecer servicios de turismo de aventura en Lambayeque, dado que existe un segmento potencial de aproximadamente 19,000 turistas anuales que buscan este tipo de actividades aventureras. Estos hallazgos se basan en herramientas de investigación aplicadas específicamente a este grupo, el cual se muestra notablemente insatisfecho por la falta de oferta adecuada en la región.

Tras entrevistar a especialistas y expertos en el campo, se identificaron las principales actividades de turismo de aventura viables para Lambayeque, incluyendo trekking, canopy, parapente/paratrike, escalada en roca y rappel, entre otras de menor escala.

Según (Acaro, 2019) en la tesis: "Análisis del perfil del visitante que realiza turismo de aventura, preferencias y motivaciones: caso de estudio Baños de Agua Santa", el objetivo principal es realizar un análisis detallado del perfil del visitante que participa en turismo de aventura en dicha localidad ecuatoriana. El estudio se enfoca en discutir la teoría de la motivación, identificando datos relevantes para comprender qué impulsa a estos turistas a participar en actividades de aventura. Utilizando la metodología de motivación propuesta por Crompton, se busca caracterizar el perfil del turista de aventura y documentar los establecimientos más significativos donde se practica este tipo de turismo en Baños de Agua Santa.

La investigación se llevó a cabo con un enfoque mixto y aplicado, utilizando fuentes de investigación mixtas que incluyen la revisión de información documentada y la recolección de datos en campo. El diseño de la investigación fue no experimental y de alcance descriptivo. La población seleccionada para el estudio fueron los visitantes nacionales y extranjeros que participan en turismo de aventura, logrando una muestra de 358 personas. Los autores concluyen que:

Se concluye que la teoría de la motivación fue validada mediante todos los instrumentos metodológicos utilizados dentro del estudio. Se ha confirmado que este enfoque es uno de los más efectivos para segmentar el mercado turístico potencial, destacando que las principales motivaciones de los turistas incluyen la atracción por sitios naturales y la práctica de deportes de aventura en el cantón estudiado. Dentro del segmento nacional identificado, el grupo objetivo predominante son jóvenes de 18 a 24 años, mayoritariamente estudiantes provenientes de la provincia de Pichincha. En cuanto al segmento extranjero, se observa que las personas de entre 25 y 34 años muestran un interés particular por las actividades en la naturaleza con un grado de riesgo elevado, siendo principalmente visitantes procedentes de Estados Unidos y Reino Unido.

El estudio también concluye que existe una diferenciación notable en el gasto entre los visitantes nacionales y extranjeros, influenciada por la duración de su estadía. Además, se destaca que el turismo de aventura representa una significativa fuente de desarrollo económico para el cantón, atrayendo a la mayoría de los visitantes motivados por este tipo de turismo, valorando especialmente la calidad y seguridad de los servicios ofrecidos. Se reconoce la colaboración conjunta de los prestadores de servicios turísticos, quienes facilitan una gestión equitativa y justa de los ingresos, contribuyendo así a mitigar la carga turística en la región.

3.2. Trabajos previos a nivel nacional.

A continuación, se presentan los estudios realizados a nivel nacional que serán considerados para respaldar la presente investigación:

Según (Quispe Guarachi, 2013) en la tesis: "El perfil del consumidor turístico y su actitud hacia la gastronomía local en la población de Copacabana", el objetivo principal fue establecer si el perfil del consumidor turístico influye en su actitud hacia la gastronomía local en dicha población. Los objetivos

específicos incluyeron determinar el perfil demográfico y psicográfico de los consumidores turísticos que visitan Copacabana, analizar las actitudes de estos consumidores hacia el precio, la calidad, la limpieza y la ambientación de los establecimientos gastronómicos, y realizar un análisis inferencial del perfil del consumidor turístico en relación con estas variables actitudinales para evaluar el grado de influencia.

La metodología utilizada en esta investigación fue de tipo correlacional con un diseño de investigación no experimental. La muestra, no probabilística, estuvo compuesta por 50 visitantes nacionales y 50 extranjeros de la población de Copacabana. Los datos fueron recolectados mediante investigación bibliográfica, encuestas y el uso de un instrumento de recolección de datos basado en el sistema Likert. La conclusión a la que llegó el autor es:

La gastronomía es ampliamente reconocida como un atractivo secundario significativo para el mercado turístico nacional. Tanto los turistas nacionales como los extranjeros valoran altamente la relación entre el precio y la calidad de la oferta gastronómica. Sin embargo, se identifican aspectos críticos relacionados con la infraestructura y los servicios básicos, así como con la capacitación insuficiente del personal en la industria alimentaria y en la atención al cliente, factores que son calificados negativamente por los visitantes.

Según (Astorga Rada, 2013) En la tesis titulada "Demanda potencial para el turismo social de la tercera edad en la ciudad de La Paz", se tiene como objetivo principal analizar la demanda potencial para este tipo de turismo entre la población de la tercera edad en dicha ciudad. Los objetivos específicos incluyen determinar las principales características sociodemográficas de los potenciales turistas de la tercera edad, identificar las motivaciones, comportamientos, gustos y preferencias de este grupo demográfico, y establecer un perfil detallado del turista de la tercera edad.

La metodología empleada en la investigación fue de tipo cuantitativo con un diseño descriptivo. Se utilizó una muestra probabilística compuesta por personas de la tercera edad residentes en La Paz, con edades comprendidas entre los 59 y 95 años, principalmente jubilados, obteniendo un total de 380 participantes. La recolección de datos se realizó mediante la aplicación de encuestas como instrumento principal. El autor concluye que:

Existe una demanda potencial identificada entre personas interesadas en participar en programas de turismo social, caracterizados por preferencias específicas. Este segmento muestra interés por experiencias turísticas ubicadas en entornos rurales, ofreciendo actividades organizadas como paseos y actividades recreativas. El descanso y la relajación se consideran componentes esenciales de la experiencia. Este tipo de turismo es particularmente atractivo para individuos con edades comprendidas entre los 55 y 80 años, quienes prefieren viajar en compañía de familiares o parejas. Además, es crucial considerar aspectos de salud, incluyendo la necesidad de supervisión médica generalizada. En términos de infraestructura, se demandan alojamientos confortables y adaptados para personas con discapacidad, así como opciones alimenticias variadas y adecuadas. Un transporte adecuado también es esencial para satisfacer las necesidades de este segmento específico de turistas.

Según (GAMLP, 2014) En el libro de investigación titulado "Oferta y demanda turística en el Municipio de La Paz", se establece como objetivo primordial realizar un análisis exhaustivo de las características de la oferta y demanda turística en dicho municipio, con el fin de orientar las acciones de promoción turística hacia segmentos prioritarios. Además, se busca garantizar una asignación más efectiva de recursos y fomentar el incremento de visitas turísticas en el territorio municipal. Entre los objetivos específicos más relevantes para la investigación se incluyen la identificación de los tipos de turismo presentes en La Paz, el análisis de las características sociodemográficas de los turistas extranjeros y nacionales, el nivel y tipo de gasto del viajero, las preferencias y motivaciones de viaje, la duración promedio de la estadía y los factores determinantes en la toma de decisiones turísticas.

La metodología empleada para esta investigación se basó en la realización de encuestas, llevadas a cabo por la Dirección de Investigación e Información Municipal, dependiente de la Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo, en colaboración con la Dirección de Promoción Turística de la Oficialía Mayor de Promoción Económica del GAMLP. Las encuestas fueron aplicadas de manera aleatoria a turistas nacionales y extranjeros que estaban realizando actividades turísticas en el municipio en el día de la entrevista. La muestra obtenida consistió en 340 personas de nacionalidad boliviana y 292 personas de nacionalidad extranjera, totalizando 632 encuestas completadas. Se conyuye que:

Un tercio de los viajeros internacionales que llegan a Bolivia, junto con un quinto del flujo interno, transitan por el Municipio de La Paz. Este perfil de turista está predominantemente

compuesto por visitantes jóvenes, con edades comprendidas entre los 20 y 40 años, quienes en su mayoría son profesionales o estudiantes universitarios en busca de recreación y descanso. Ambos grupos de turistas muestran interés por visitar los sitios urbanos tradicionales como plazas, calles, avenidas e iglesias. Entre las debilidades identificadas se encuentran los servicios de la policía turística, las vías de acceso, el tráfico vehicular y la disponibilidad de información turística adecuada.

3.3. Bases teóricas.

La presente investigación se fundamentará en la recopilación de diversas teorías de investigación que contribuirán a definir principalmente la variable del perfil del turista interno en la modalidad del turismo de aventura. Estas bases teóricas permitirán establecer un marco sólido para la comprensión y análisis del comportamiento y las características específicas del turista interno interesado en el turismo de aventura.

3.3.1. Definición de turismo.

Desde la aparición de los viajes y el estudio de los mismos, se han formulado diversos conceptos sobre el significado de "Turismo", abordados desde distintas disciplinas académicas, como indica (Acerenza, 2006). Acerenza conceptualiza el turismo desde perspectivas económicas, geográficas, sociológicas y psicológicas, además de considerar diferentes corrientes de pensamiento como el humanismo, la teoría de la alienación, el ambientalismo y las posturas de la Iglesia frente al turismo.

Para los propósitos de la presente investigación, se adoptará una perspectiva universal del turismo, según la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT,2006), como: ‘El turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.’ (Ibáñez, 2011).

A la vez Panosso,2012, define al turismo como: “El fenómeno de salida de un ser humano de su lugar habitual de residencia y de retorno al mismo, por motivos relajados u ocultos, lo cual presupone hospitalidad, encuentro y comunicación con otras 20 personas, así como la utilización de tecnología, entre muchas condiciones, lo que genera experiencia variadas e impactos diversos”. (Panosso Netto, 2012)

A partir de estas definiciones se puede tener mayor conocimiento del turismo y sus características que lo implican, de otro modo se deben tener en cuenta las tendencias actuales de turismo y las observaciones de la OMT considerando al turismo como una actividad sostenible y que implica el conjunto de servicios y las motivaciones de los mismo.

3.3.2. Sistema turístico.

Es fundamental considerar que el sistema turístico involucra diversos actores, como la demanda, la oferta, el espacio geográfico y los servicios turísticos, los cuales interactúan para generar un producto turístico final, que puede variar según el enfoque que se adopte. A continuación, se detallarán algunas teorías conocidas del sistema turístico que servirán como base para el desarrollo de esta investigación.

3.3.2.1. Teoría general de sistemas.

Según el autor Panosso, 2012, indica que: Uno de los principales creadores y divulgadores de la teoría general de sistemas fue el biólogo Ludwing Von Bertalanffy (1901-1972). Bertalanffy denomina sistema (Vasconcellos, 2022, p.199-200) a cualquier unidad en la que el todo sea más que la suma de las partes. Así, un sistema es un todo integrado, cuyas propiedades no pueden ser reducidas a las propiedades de las partes y las propiedades sistémicas se destruyen, si el sistema se divide en partes para su estudio". (Panosso Netto, 2012)

3.3.2.2. Modelo de Leiper.

El autor Balderas, 2014, indica que: "El modelo de sistema de Leiper conceptualiza regiones geográficas divergentes, territorialmente definida, que permiten que se desarrolle el quehacer turístico, siendo esta una visión mecánica en la que para cada acción existe una reacción, expulsión y atracción." (Quezada, 2007), para lo cual deben existir:

1. **Región de origen.** Refiriéndose al territorio desde donde provienen los turistas, que a su vez se entiende como aquel que expulsa personas y recursos monetarios.
2. **Región de destino.** Es aquel territorio que atrae y abriga a los turistas conteniendo este la infraestructura necesaria para resguardarlos, capital humano capacitado y población residente,
y

3. **Región de tránsito.** Que corresponde al territorio entre la región de origen y la región de destino.

El dinamismo de esta región dependerá del medio de transporte que se utilice. Por vía terrestre, ofrece la posibilidad de la visita a otros puntos de derrama económica entre las dos regiones por el consumo de energéticos, alimentos y bebidas e incluso hospedaje, dependiente de la longitud del trayecto. (Balderas, 2014)

3.3.2.3. Modelo de Boullon.

Según el autor Boullon (2004) en este modelo del sistema turístico predomina la oferta y la demanda de recursos turísticos. Los elementos clave de este modelo incluyen:

1. **Demanda.** Se refiere al producto turístico determinado con un conjunto de atributos, valores y servicios que un turista consume para satisfacer sus necesidades de esparcimiento.
2. **Oferta:** Bienes y servicios que se colocan en el mercado turístico, en los que el turista efectúa un determinado gasto como en transporte. Hospedaje, alimentación, transporte, entretenimiento y ocio, entre otros. En el caso de las agencias de viajes y tours operadores, no forman parte de la oferta, son más bien los intermediarios que acercan la oferta y la demanda, como expresa Sancho (1998), los operadores del mercado.
3. **Planta turística.** Equipamiento o instalaciones propias del sistema: restaurantes, hoteles, centros de entrenamiento y la infraestructura necesaria para comunicarse y acceder; carreteras, puertos, centrales camioneras, aeropuertos requeridos para satisfacer la demanda turística-
4. **Superestructura.** Parte del sistema que conlleva la acción de organismos que fomentan el financiamiento, la legislación y la promoción de la actividad turística, ya sea de forma privada o pública.
5. **Producto turístico.** Resultado de la suma de la oferta, la planta turística, superestructura y un elemento implícito dentro de la oferta turística, sin los cuales no existe la actividad como tal y nos referimos a los atractivos turísticos.

3.3.2.4. Modelo de Molina.

Por otra parte el modelo de Molina 1997, en cuestión incorpora a la comunidad receptora como un componente distintivo dentro del ámbito turístico, destacando la importancia de sus características en el proceso de desarrollo. (Balderas, 2014)

1. **Superestructura:** Regula el sistema turístico mediante organismos tanto privados como públicos,)estos último centrado en políticas, leyes, reglamentos planes y programas.
2. **Demanda:** Que se constituye sustancialmente por los individuos; los turistas con sus necesidades, que van desde la alimentación hasta el aprendizaje y la autorrealización, y que se enmarcan en una tipificación de acuerdo con los segmentos psicográficos individuales.
3. **Atractivos:** Que como fundamento del desplazamiento turístico comprende tanto los naturales como los culturales.
4. **Equipamiento e instalaciones:** Se refiere a los establecimientos que permiten la permanencia del turista, y comprende a los de hospedaje, camping, de alimentos y bebidas, agencia de viajes, campos de golf, spas, albercas.
5. **Infraestructura:** Son los prestadores de servicios básicos y de apoyo como, los aeropuertos, telégrafos, redes de comunicación, alcantarillado, agua potable.
6. **Comunidad receptora:** Que directa o indirectamente tiene relación con el turismo.

El autor Balderas (2014) incorpora en su estudio el Modelo de Molina, específicamente el concepto de actividad turística predominante. Este elemento se define como una característica distintiva del turista, destacando su preferencia y comportamiento en actividades turísticas. Esta nota es crucial dentro del ámbito turístico, ya que permite analizar e identificar las características principales del segmento de turistas investigado en el estudio actual.

3.3.2.5. Sistema turístico según la OMT.

La OMT (s.f.) define al turismo como un "fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales,

profesionales o de negocios". Desde esta perspectiva, el turismo puede ser concebido como un sistema complejo compuesto por diversos elementos interrelacionados.

Según la OMT (s.f.), el sistema turístico se define como "un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan de forma dinámica para configurar la naturaleza de la actividad turística". Esto implica que el turismo no puede ser analizado de manera aislada, sino que debe ser abordado como un sistema abierto, donde cada componente influye y es influenciado por los demás.

Uno de los elementos clave del sistema turístico, de acuerdo a la OMT (s.f.), es la demanda turística. Esto se refiere a "la suma del consumo turístico interno, la formación bruta de capital fijo turístico y el consumo colectivo turístico". Es decir, abarca tanto el consumo individual de los turistas como las inversiones y el gasto público relacionado con la actividad turística.

Por otro lado, la OMT (s.f.) también destaca la importancia de la oferta turística, que comprende los "recursos, servicios e infraestructuras que conforman la propuesta de valor de un destino". Esto incluye desde los atractivos naturales y culturales hasta la planta hotelera, los servicios de transporte y la superestructura institucional que regula y fomenta el desarrollo del turismo.

Según la OMT (s.f.), la interacción entre la oferta y la demanda turística es fundamental para el funcionamiento del sistema. Esta interacción se produce a través de los canales de comercialización y distribución, que permiten que los productos y servicios turísticos lleguen a los consumidores.

Otro elemento clave del sistema turístico, de acuerdo a la OMT (s.f.), es el entorno en el que se desarrolla la actividad. Este entorno incluye factores ambientales, socioculturales, económicos, políticos y tecnológicos que condicionan y moldean el desarrollo del turismo.

También destaca el papel de las instituciones públicas y privadas que regulan, fomentan y controlan el desarrollo del turismo. Estas instituciones, a través de políticas, normativas y programas, influyen en la configuración y evolución del sistema turístico.

Según la OMT (s.f.), el carácter dinámico y cambiante del sistema turístico implica la necesidad de una constante adaptación y actualización de los modelos de análisis. Los nuevos paradigmas, tendencias y tecnologías deben ser incorporadas para comprender la complejidad del fenómeno turístico.

La OMT (s.f.) también subraya la importancia de la sostenibilidad en el desarrollo del sistema turístico. Esto implica que el turismo debe ser gestionado de manera que se minimicen los impactos negativos y se maximicen los beneficios económicos, sociales y ambientales a largo plazo.

En resumen, la OMT (s.f.) concibe al turismo como un sistema abierto y dinámico, compuesto por diversos elementos interrelacionados que evolucionan constantemente. La comprensión de este sistema es fundamental para el diseño e implementación de políticas y estrategias que promuevan un desarrollo turístico sostenible y competitivo.

3.3.2. Tipos de turismo.

Según las clasificaciones que Ibañez, 2012, muestra en su investigación, indica que existen diversas formas de hacer turismo, tomando en cuenta el motivo del viaje, de lo cual se destacan dos grandes grupos como es el turismo tradicional y el turismo Alternativo. Para entender de mejor manera se debe definir ambos conceptos:

1. **Turismo tradicional:** Según el autor Ibañez, 2012: Se sustenta principalmente en el turismo masivo y en el desarrollo de grandes instalaciones de alojamientos y esparcimiento...las actividades que mayormente lo caracterizan, son según la organización mundial del turismo (omt,2005), la visita a playas y grandes destinos turísticos o bien, a ciudades coloniales o de atractivo cultural situadas regularmente en grandes ciudades. (Ibañez, 2012)
2. **Turismo Alternativo:** Un concepto inicial que se tomó en cuenta fue propuesto por México en donde se entiende como: ‘‘Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales’’. (Sectur, 2004).

Por otro lado Chavez, 2019, lo define como: ‘‘Aquel que prioriza la conservación del medio ambiente, buscando un equilibrio entre la biodiversidad y las prácticas humanas, además de contribuir al sustento de las poblaciones locales mediante la diversificación de actividades económicas en áreas remotas’’ (Chavez, 2019)

Por otro lado, la OMT, define al Turismo Alternativo como: ‘‘Una forma de turismo que busca proporcionar experiencias diferentes a las del turismo convencional, poniendo un énfasis especial en el respeto por el medio ambiente, la cultura local, y el bienestar de las comunidades anfitrionas. Este tipo de turismo a menudo se enfoca en actividades sostenibles, la participación activa de los turistas en la preservación del entorno y la inmersión en la cultura local.’’. (OMT, 2019) .

3.3.3. Clasificación del turismo según el origen del turista.

Ibañez y Cabrera, 2011, indican que para medir la actividad turística se debe considerar a los turistas que llegan o salen de un territorio, ya sean extranjeros o nacionales, y si permanecen o no en el destino. Es así como lo clasifica el turismo según el origen del turista:

- **Turismo receptivo:** Es el que se produce en un país, cuando llegan a él visitantes que residen en otras naciones con la intención de permanecer un tiempo limitado en el mismo, para luego viajar a otros países o regresar al lugar de origen, igual o superior a 24 horas.
- **Turismo emisor:** Viajeros que temporalmente y por diferentes motivos se desplazan fuera del país y del domicilio habitual a otros destinos.
- **Turismo extranjero:** Distingue a la nacionalidad de los visitantes, es decir si este posee una nacionalidad diferente a la del país visitante, entonces será considerado como turista extranjero.
- **Turismo nacional:** El que realizan al punto de destino los ciudadanos que tienen la misma nacionalidad de éste.
- **Turismo internacional:** Está formado por ciudadanos de un país que visitan a otro, independientemente de sus fines, recreativos, de negocios, culturales, etc.
- **Turismo Interno:** El uso y consumo de servicios turísticos, realizado por los residentes nacionales o extranjeros en un país, fuera de su domicilio habitual, pero dentro del territorio nacional por un plazo mayor de 24 horas, pero menor de 90 días. (Ibañez, 2011)

Para la presente investigación se tomará en cuenta al turismo interno como fuente base para entender y analizar la demanda turística interna del municipio de la ciudad de La Paz, de tal modo que la OMT también clasifica al turismo interno como: (OMT, 2020)

- Turismo Residencial Interno: Viajes realizados por residentes de una región dentro de la misma región. (OMT, 2020)
- Turismo Nacional Interno: Viajes realizados por residentes de un país dentro del propio país, excluyendo el lugar de residencia habitual. (OMT, 2020)

La importancia de estas definiciones radica en su impacto en el desarrollo económico local y en el movimiento de divisas para los negocios en los destinos turísticos. Además, contribuyen al desarrollo regional al equilibrar la economía y ofrecer oportunidades de ingresos y estabilidad para los residentes locales.

3.3.4. Definición del Turismo de Aventura.

Dentro de la presente investigación, se deberá considerar el Turismo de Aventura, dado que constituye un aspecto esencial del estudio, se adoptarán las siguientes definiciones:

Según la OMT, 2019, define al Turismo de Aventura como: “Un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo” (OMT, 2019)

El autor Buckley, 2022, define al Turismo de Aventura como "Un tipo de turismo que implica actividades físicas, interacciones con la naturaleza, y un nivel significativo de desafío y riesgo, diseñado para proporcionar experiencias únicas y enriquecedoras a los viajeros mientras promueve la sostenibilidad ambiental y cultural" (p. 45). (Buckley, 2022)

A la vez países como Costa Rica definen al Turismo de Aventura como: “ El Turismo de Aventura incluye por lo general actividades al aire libre como el alpinismo, el montañismo, el «puenting », la escalada, el rafting, el piragüismo, la navegación en kayak, el barranquismo, la bicicleta de montaña,

el senderismo o el buceo. Hay también algunas actividades de Turismo de Aventura que pueden practicarse en espacios cerrados''. (ICT, 2022)

Según la Adventure Travel Trade Association (ATTA) define el Turismo de Aventura como " Un viaje a un destino que ofrece una experiencia que involucra actividades físicas, naturales o culturales con un grado de riesgo y desafío, y que proporciona a los viajeros una conexión más profunda con el entorno y la cultura local". (ATTA, 2024)

A la vez, Zamorano, 2008, destaca que el Turismo de Aventura se divide según la dificultad y según el entorno en el que se realiza, considerando los aspectos siguientes (Zamorano, 2008):
Según la dificultad del Turismo de Aventura

- Actividades de dificultad baja
- Actividades de dificultad media
- Actividades de dificultad alta

Según el entorno natural en el que se realiza el Turismo de Aventura.

- Actividades de agua (kayak-descenso en canoa)
- Actividades de tierra (trekking-caminatas)
- Actividades de aire (Parapente-vuelo en paracaídas)

A continuación se muestra una tabla referencial en donde se puede observar ciertas características distintivas de cada una de estos tipos de turismo mencionados en base a sus conceptos y tendencias actuales de Turismo de Aventura.

FIGURA 9. Tabla comparativa de las características de los tipos de turismo y modalidades.

ASPECTOS	TURISMO TRADICIONAL	TURISMO ALTERNATIVO	TURISMO DE AVENTURA
CARACTERÍSTICAS	Experiencias predecibles, estandarizadas y orientadas a la comodidad y al turismo masivo.	Experiencias auténticas, sostenibles, y personalizadas, enfocadas en el contacto directo con la cultura local y el medio ambiente.	Experiencias intensas, impredecibles y orientadas al desafío físico y emocional.
ACTIVIDADES PRINCIPALES	Visitas a monumentos históricos, playas, compras, eventos culturales, spas y a grandes destinos turísticos.	Turismo rural, de aventura, ecoturismo, voluntariado, experiencias en comunidades locales.	Escalada, senderismo, rafting, paracaidismo, ciclismo de montaña, cabalgata, espeleismo, zipline, parapente, cañoning y ala delta entre otros.
MOTIVACIONES	Interés por la cultura, historia, relajación y ocio.	Deseo de experiencias auténticas, sostenibilidad, y contribuir al desarrollo local y respetarlo.	Búsqueda de emoción y adrenalina, desafío personal, contacto con la naturaleza.
PERFIL DEL TURISTA	Generalmente turistas que buscan comodidad y experiencias culturales estables.	Turistas que desean salir de los circuitos tradicionales y apoyar el turismo responsable y sostenible.	Turistas activos que buscan retos físicos y aventuras extremas pero que sean seguros.
IMPACTO AMBIENTAL	Menor impacto si se realiza en zonas urbanas y con infraestructuras establecidas.	Menor impacto si se practican principios de sostenibilidad y se respeta el medio ambiente local.	Mayor impacto debido a la intervención en entornos naturales frágiles.
DESTINOS	Ciudades históricas, playas turísticas, centros comerciales.	Comunidades rurales, reservas ecológicas, proyectos de ecoturismo y sitios naturales.	Parques nacionales, montañas, ríos para rafting.

Fuente: Elaboración propia en base a las definiciones de los tipos de turismo, modalidades y tendencias actuales en turismo de aventura.

3.3.4.1. Impacto Económico del Turismo de Aventura.

El turismo de aventura puede tener un impacto económico significativo a nivel local en Bolivia. Un estudio realizado en el municipio de Sorata encontró que los eventos de turismo de aventura, como el

Jach'a Avalancha Internacional, generan un importante movimiento económico en la región. La comercialización de productos y servicios solicitados por los visitantes que acuden a estos eventos dinamiza la economía local (Impacto económico del turismo de aventura en el municipio de Sorata, s.f.).

Más allá de Sorata, a nivel nacional, el turismo de aventura también tiene un importante impacto económico. Se estima que los europeos realizan alrededor de 100 millones de viajes de aventura a países diferentes al de su residencia cada año. Según la Adventure Travel Trade Association (ATTA), aproximadamente dos tercios de todos los gastos de los viajeros de aventura se producen en el destino, lo que se traduce en un gasto promedio de unos 350 euros por persona y día (Turismo de aventuras ¿qué es y cuál es su impacto económico, 2020).

Este alto gasto de los turistas de aventura se debe en parte a que este tipo de turismo tiene una mayor dependencia de los desplazamientos internacionales. Además, muchos de los destinos de aventura en Bolivia se encuentran en áreas rurales y regiones en desarrollo, lo que implica un mayor impacto económico local. Sin embargo, la crisis de la COVID-19 ha afectado severamente al turismo de aventura, al igual que al resto de la industria turística en el país. (ABI, 2023)

Más allá de los beneficios económicos directos, el turismo de aventura también puede tener un impacto indirecto en el desarrollo económico local. Por ejemplo, puede impulsar el crecimiento de la infraestructura, la diversificación de la economía y la generación de empleo (Pérez, 2023)

No obstante, el turismo de aventura también puede tener impactos negativos si no se gestiona adecuadamente, como la dependencia excesiva de esta actividad o la exclusión de la población local de los beneficios económicos (Pérez, 2023).

Para evitar estos efectos adversos, es fundamental implementar políticas y prácticas que promuevan un desarrollo económico local sostenible, como la diversificación de la economía y la inclusión de la comunidad en la toma de decisiones (Pérez, 2023).

3.3.4.2. Sostenibilidad y Gestión del Turismo de Aventura.

La sostenibilidad en el turismo de aventura es fundamental para garantizar que las actividades no solo sean ambientalmente responsables, sino también socialmente beneficiosas y económicamente viables

a largo plazo (UNWTO, 2019). Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), la sostenibilidad en este contexto implica minimizar los impactos negativos sobre el medio ambiente natural y cultural, promover prácticas comerciales éticas y contribuir positivamente al desarrollo local (UNWTO, 2019).

El turismo de aventura puede desempeñar un papel crucial en la conservación de la biodiversidad y los ecosistemas frágiles, siempre que se implementen adecuadas estrategias de gestión y monitoreo. Es importante que los operadores turísticos adopten prácticas de bajo impacto y promuevan la educación ambiental entre los turistas para fomentar un comportamiento responsable durante las actividades de aventura (Higgins-Desbiolles, 2018)

La gestión efectiva del turismo de aventura incluye la planificación cuidadosa de las rutas y sitios de visita para evitar la sobreexplotación y la degradación de recursos naturales sensibles (Buckley, 2019). Además, se deben establecer normativas claras y estándares de calidad para los servicios turísticos, asegurando que las actividades se desarrollen de manera segura y sostenible (Buckley, 2019).

El ecoturismo y el turismo de aventura deben integrarse con la planificación del uso del suelo y la conservación de áreas protegidas para asegurar que las actividades turísticas no comprometan la integridad ecológica de estos lugares (Newsome, Moore & Dowling, 2013). Esto implica la evaluación continua de los impactos ambientales y la adaptación de prácticas de gestión según las necesidades cambiantes del entorno natural (Newsome, 2013)

La formación y el aprendizaje desempeñan un papel fundamental en la gestión sostenible del turismo de aventura. Es crucial concienciar tanto a los operadores turísticos como a los visitantes acerca de la importancia de preservar el medio ambiente y el patrimonio cultural, además de proporcionar capacitación especializada en prácticas que minimicen el impacto ambiental y gestionen adecuadamente los riesgos asociados.

La certificación y la etiqueta de sostenibilidad son herramientas importantes para diferenciar a los operadores turísticos comprometidos con prácticas sostenibles (Dredge & Jenkins, 2019). Las certificaciones reconocidas internacionalmente, como las otorgadas por Global Sustainable Tourism Council (GSTC), ayudan a los turistas a tomar decisiones informadas y a apoyar empresas que operan de manera responsable (Dredge, 2019)

Los principios del desarrollo sostenible, como la equidad social y la distribución justa de beneficios, deben guiar las iniciativas de turismo de aventura. Esto implica no solo minimizar los impactos negativos, sino también maximizar los beneficios socioeconómicos para las comunidades locales y asegurar que las ganancias del turismo se reinviertan en proyectos de desarrollo comunitario (Higham, 2019)

La gestión adaptativa es crucial en entornos dinámicos y vulnerables donde se practica el turismo de aventura. Este enfoque permite a los gestores turísticos responder de manera efectiva a cambios ambientales y sociales, ajustando las prácticas de gestión según nuevas investigaciones y evaluaciones de impacto (Gössling, 2019)

La evaluación de impacto ambiental (EIA) y la evaluación de sostenibilidad son herramientas esenciales para medir y gestionar los efectos del turismo de aventura sobre los recursos naturales y culturales. Estos estudios proporcionan información crítica para la toma de decisiones informadas sobre la planificación y regulación de actividades turísticas en áreas sensibles y protegidas (Hall, 2016)

3.3.4.3. Impacto social y cultural del Turismo de Aventura.

El turismo de aventura puede tener un impacto significativo en la cultura local ya que puede ser un motor de desarrollo sostenible que promueva el cuidado medio ambiental y el bienestar de las poblaciones locales (Menez, 2021)

Este estilo de turismo puede impactar en la identidad cultural de las comunidades locales al fomentar la preservación de su cultura y tradiciones. Los turistas, al buscar experiencias auténticas y establecer conexiones con la comunidad, juegan un papel importante en este proceso.

Además, el turismo de aventura puede generar empleo y oportunidades económicas para las comunidades locales ya que puede generar empleo directo e indirecto en actividades relacionadas con el turismo, como la guía, el transporte y el hospedaje (Menez, 2021).

El turismo de aventura también puede influir en la percepción que los turistas tienen de la cultura local. Los turistas que participan en actividades de aventura en Bolivia tienen una mayor percepción de la cultura local y una mayor conexión con la comunidad (Menez, 2021).

Además, este puede ser un factor que contribuye a la diversificación económica de las comunidades locales. Se identificó que el turismo de aventura en Bolivia puede ser un sector que contribuye a la diversificación económica de las comunidades locales, generando empleo y oportunidades económicas (Menez, 2021).

Por otro lado, el turismo de aventura también puede impactar positivamente en la preservación del patrimonio cultural y natural de las comunidades locales. Se ha observado que en Bolivia, este tipo de turismo puede ser un impulsor significativo para la conservación de estos recursos, dado que los visitantes buscan vivir experiencias auténticas y establecer una conexión directa con la naturaleza.

El turismo de aventura también puede influir en la percepción que los turistas tienen de la naturaleza y el medio ambiente. Los turistas que participan en actividades de aventura en Bolivia tienen una mayor percepción de la naturaleza y el medio ambiente, y una mayor conexión con la comunidad (Menez, 2021).

Por lo tanto, se puede decir, que el turismo de aventura puede tener un impacto significativo en la cultura local, la identidad cultural, el empleo, la percepción de la cultura local, la diversificación económica, la conservación del patrimonio cultural y natural, y la percepción de la naturaleza y el medio ambiente.

3.3.4.4. Impacto ambiental y medidas de mitigación.

El turismo de aventura tiene el potencial de afectar negativamente al medio ambiente debido a las actividades asociadas que pueden resultar en la contaminación, la degradación de los recursos naturales y la alteración de los ecosistemas. Investigaciones han identificado que, en Bolivia, el turismo de aventura puede contribuir a estos impactos ambientales mediante la generación de residuos, contaminación del agua y del aire, así como perturbaciones en los ecosistemas.

Para mitigar este impacto, es fundamental implementar medidas de control ambiental y sostenibilidad en las actividades turísticas. Según un informe, el turismo de aventura en Bolivia puede ser un motor de desarrollo sostenible que promueva el cuidado medio ambiental y el bienestar de las poblaciones locales. Sin embargo, es necesario implementar políticas y prácticas que promuevan un desarrollo sostenible y respetuoso con el medio ambiente (Análisis económico, 2021)

Una medida importante para mitigar el impacto ambiental es la implementación de políticas de gestión de residuos y contaminación. Según un estudio, el turismo de aventura en Bolivia puede generar un gran volumen de residuos, lo que puede afectar negativamente el medio ambiente. Por lo tanto, es fundamental implementar políticas de gestión de residuos y contaminación que garanticen la eliminación adecuada de los residuos y la reducción de la contaminación (Sector Turismo, s.f.).

El turismo de aventura conlleva consigo riesgos ambientales significativos debido a las actividades intensivas que pueden perturbar ecosistemas frágiles y áreas naturales protegidas. Por ejemplo, actividades como el trekking y el rafting pueden causar erosión del suelo y disturbios en la fauna local, afectando negativamente la biodiversidad. En contextos como las montañas de Bolivia, estas prácticas pueden agravar problemas existentes como la compactación del suelo en senderos y la alteración de vegetación nativa, comprometiendo la capacidad de los ecosistemas para regenerarse naturalmente.

Para contrarrestar estos efectos adversos, es crucial implementar estrategias efectivas de gestión ambiental. Esto incluye la designación de rutas específicas para actividades turísticas, el monitoreo continuo de la calidad ambiental, y la promoción de prácticas de bajo impacto entre los operadores turísticos y los visitantes.

3.3.4.5. Innovaciones tecnológicas en el Turismo de Aventura.

El turismo de aventura en Bolivia es una oportunidad para conectarse con la naturaleza y las comunidades locales, y para disfrutar de experiencias inolvidables. La tecnología puede ayudar a desarrollar estas experiencias, como la realidad virtual y aumentada, inteligencia artificial y chatbots para mejorar la experiencia del cliente y personalizar servicios.

La realidad virtual y aumentada pueden crear experiencias inmersivas e interactivas que simulan entornos reales o imaginarios. Por ejemplo, la realidad virtual puede permitir a los viajeros explorar destinos remotos o inaccesibles, como la selva amazónica o la Antártida, sin salir de casa. La RA puede mejorar la experiencia en el sitio al proporcionar información, orientación o entretenimiento. (Cahuasa, 2023)

La tecnología envolvente está transformando las habitaciones de los hoteles del siglo XXI. Cadenas hoteleras españolas están al frente de esta revolución. Un proyector, controlado mediante una app

desde el smartphone, permite llenar las paredes de luz, imágenes, vídeos, transformando la estancia entera (Cahuasa, 2023)

En el ámbito del turismo de aventura, las innovaciones tecnológicas están revolucionando la forma en que se experimentan y gestionan las actividades. Desde dispositivos portátiles que permiten la monitorización en tiempo real de condiciones climáticas y rutas de senderismo, hasta aplicaciones móviles que ofrecen guías interactivas y realidades aumentadas para enriquecer la experiencia del viajero, la tecnología está facilitando un acceso más seguro y una mayor conectividad en entornos naturales remotos.

3.3.4.6. Seguridad y gestión de riesgos en el Turismo de Aventura.

El turismo de aventura es una actividad que implica riesgos significativos para los viajeros. Según el autor, "el turismo de aventura es una actividad que implica riesgos significativos para los viajeros, ya que involucra actividades extremas como el andinismo, el rafting y el paracaidismo, que pueden generar lesiones graves o incluso la muerte" (Cuentas, 2012).

La seguridad en el turismo de aventura es fundamental, requiriendo una evaluación rigurosa de riesgos, protocolos de emergencia claros y capacitación adecuada para el personal, asegurando así experiencias seguras y responsables para los participantes

La gestión de riesgos es fundamental en el turismo de aventura. El autor destaca que "la gestión de riesgos es fundamental en el turismo de aventura, ya que los viajeros deben ser conscientes de los peligros que enfrentan y tomar medidas para minimizarlos" (Cuentas, 2012).

En el turismo de aventura, la gestión de riesgos se enfoca en anticipar y mitigar posibles peligros durante actividades como senderismo, rafting o escalada. Esto incluye desde la evaluación constante de las condiciones ambientales y la preparación de rutas seguras hasta la capacitación de guías y el uso de tecnología para monitorear y responder rápidamente ante emergencias, garantizando así que la experiencia sea emocionante pero segura para todos los participantes.

El andinismo es una actividad que implica riesgos significativos para los viajeros. Según el autor, "el andinismo es una actividad que implica riesgos significativos para los viajeros, ya que involucra

ascensos a grandes alturas y condiciones climáticas adversas que pueden generar lesiones graves o incluso la muerte" (Cuentas, 2012).

El rafting es otra actividad que implica riesgos significativos para los viajeros. El autor destaca que "el rafting es una actividad que implica riesgos significativos para los viajeros, ya que involucra navegación en aguas rápidas y condiciones climáticas adversas que pueden generar lesiones graves o incluso la muerte" (Cuentas, 2012).

El paracaidismo también implica riesgos significativos para los viajeros. Según el autor, "el paracaidismo es una actividad que implica riesgos significativos para los viajeros, ya que involucra saltos en paracaídas y condiciones climáticas adversas que pueden generar lesiones graves o incluso la muerte" (Cuentas, 2012).

3.3.5. Definición de turista.

Para entender de mejor manera la investigación se debe definir a la persona que hace turismo "Turista".

Según las estadísticas elaboradas en España por la Secretaría de Estado y Comercio, 1993-1996, definen al turista como: "Pasajero que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado". (Sancho, 1994) pag.48.

Por otro lado Ibanez & Cabrera, 2011, definen al turista como: "el fenómeno que se presenta cuando uno o más individuos se trasladan a uno o más sitios diferentes de los de su residencia habitual por un periodo mayor a 24 horas y menor de 180 días, sin participar en los mercados de trabajo y capital de los sitios visitados." (Ibáñez, 2011), pag.32.

A la vez la OMT hace referencia al turista como: Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (RIET 2008, párr. 2.13).

Al mismo tiempo esta definición de la OMT sugiere las diferentes clasificaciones dentro del concepto de demanda turística (viajero, visitante, excursionista) por lo tal se debe tomar en cuenta para el análisis adecuado de dicho fenómeno a lo cual se hará la distinción entre:

- Viajero, según OMT,1995: Cualquier persona que viaje entre dos o mas países o entre dos o mas localidades de su país de residencia habitual. Pag.48
- Visitante, según OMT,1995: Todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo. Pag 48
- Excursionista, según España 1993-1996: “Visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado”. (Sancho, 1994)

3.3.6. Definición de la demanda turística.

Para entender de mejor manera quienes consumen los productos turísticos se debe definir y tomar en cuenta a que se refiere con demanda turística, por lo cual se toma en cuenta las siguientes definiciones:

Según Balderas, 2014: “Se constituye sustancialmente por los individuos; los turistas con sus necesidades, que van desde la alimentación hasta el aprendizaje y la autorrealización, y que se enmarcan en una tipificación de acuerdo con los segmentos psicográficos individuales, (Balderas, 2014)

Según la Organización Mundial del Turismo define a la demanda turística como: “El conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. Económicamente, la definimos como la cantidad de “Producto Turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado”. (Mamani Villasante, 2016)

Por otro lado Trauder, 2006: Definio al turismo que esta asociado con un viaje de interés especial (Special Interest Tourism, - SIT), por lo cual indica que: El sistema de demanda turística corresponde a las características propias del individuo que practica el turismo, tales como su situación financiera, posesión o acceso al equipamiento, factores cognitivos (percepción, conocimientos y aprendizaje), determinantes del comportamiento (emociones, necesidades, motivaciones, actitudes e imágenes) y otras características personales como compromiso, riesgo percibido o valores. (Moreno, 2011)

3.3.7. Perfil del turista.

Según la investigación sobre perfiles turísticos mucho se puede decir por la gran variedad y diversificación de los tipos de turismo que actualmente se desarrollan en el mundo.

Según Pat y Calderón, 2012, indica que: “El perfil turístico alude a la caracterización a un destino turístico. La caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos”. (Pat, 2012)

Por otro lado según la OMT, define perfil turístico como: “la caracterización de un turista, incluyendo sus características demográficas, psicográficas, motivaciones y comportamientos durante su viaje.” (OMT, 2024)

A la vez la Organización Mundial del Turismo (OMT), como organismo especializado de las Naciones Unidas en el ámbito del turismo, ha desarrollado recomendaciones específicas para el análisis de perfiles y el reporte de actividades relacionadas con el turismo de aventura. Estas directrices buscan estandarizar la manera en que se estudian y documentan las características y comportamientos de los turistas que participan en experiencias de aventura en diferentes destinos globales.

En primer lugar, la OMT enfatiza la importancia de definir claramente qué se considera turismo de aventura en cada contexto local y global. Esta definición precisa es fundamental para asegurar la comparabilidad de los datos y la comprensión común de los tipos de experiencias que abarca esta categoría turística.

Además, la organización recomienda que los estudios de perfiles de turistas en turismo de aventura incorporen aspectos demográficos básicos como edad, género y procedencia geográfica. Estos datos proporcionan un marco inicial para entender quiénes son los participantes en este tipo de actividades y cómo varían estos perfiles a lo largo del tiempo y entre diferentes destinos (OMT, 2019).

En términos de motivaciones y comportamientos de los turistas de aventura, la OMT aconseja realizar estudios detallados que examinen los factores que impulsan la elección de destinos y actividades específicas. Esto incluye explorar las emociones, expectativas y satisfacción percibida durante y después de la experiencia de aventura, para capturar integralmente la experiencia del viajero.

Adicionalmente, se sugiere que los informes y estudios sobre turismo de aventura integren análisis de impacto socioeconómico y ambiental. Estos aspectos son cruciales para evaluar los beneficios y desafíos que estas actividades pueden traer a las comunidades locales y a los ecosistemas naturales donde se desarrollan (OMT, 2019).

Otro punto relevante de las recomendaciones de la OMT es la necesidad de utilizar metodologías de investigación mixtas que combinen enfoques cuantitativos y cualitativos. Esto permite obtener una visión completa y enriquecida de los perfiles de los turistas de aventura, combinando datos estadísticos robustos con narrativas y testimonios personales que enriquezcan la comprensión del fenómeno.

Finalmente, la OMT subraya la importancia de la colaboración entre los sectores público y privado, así como con la comunidad académica y la sociedad civil, para recopilar datos de manera colaborativa y utilizarlos de manera efectiva para mejorar la gestión y promoción del turismo de aventura de manera sostenible y responsable.

3.3.8. Definición de la psicografía.

El autor Dominguez, 2017, en su investigación de perfil turístico, toma en cuenta la definición de Psicografía para delimitar las características del perfil turístico el cual indica:

Jafar Jafari (2002), nos dice que:

Es el término emplea en los estudios acerca del marketing turístico como una descripción concisa con la que se identifica a los turistas que comparten actitudes, valores, motivos y preferencias en cuanto a la realización de actividades. Establece un contraste con el demográfico, que ofrece un perfil de esos mismos turistas conformado por una serie de variables como el género, la nacionalidad, la edad, grado de instrucción, ocupación y el nivel de ingreso. Por lo tanto, los aspectos Psicográfico se están utilizando cada vez más en el campo de segmentación de mercado, normalmente como complemento o en combinación con los análisis demográficos. (p.533) (Dominguez Vasquez, 2017)

3.3.9. Estudio de Mercado.

Según autor Kloper (2004), el Estudio de Mercado se define como: “El proceso sistemático de recolección, planificación, análisis y comunicación de datos relevantes para abordar la situación específica de mercado que enfrenta una organización”. (kloper P.B.,2004).

Por otro lado, Narsh Malhotra (2004), explica que el análisis de mercado en el contexto turístico implica: la descripción del tamaño del mercado, el poder adquisitivo de los consumidores, la disponibilidad de distribuidores y los perfiles demográficos y psicográficos de los consumidores.” (Sanchez, 2021)

3.3.10. Marketing turístico.

Witt & Moutinho (1995) define al Marketing turístico como: “el proceso a través el cual las organizaciones turísticas seleccionan su público objetivo y se comunican con él para averiguar e influir sus necesidades, deseos y motivaciones, a nivel local, regional, nacional e internacional, con el objetivo de formular y adaptar sus productos turísticos. De este modo se alcanza simultáneamente la satisfacción del turista y las metas de la organización. (Tenecota, 2020)

3.3.11. Motivación de viaje.

Según el estudio realizado por el autor Araujo, 2017, sobre los viajeros y sus motivaciones, se identifican diversos factores que incitan a las personas, específicamente a los viajeros, a consumir productos y servicios. En este contexto, Araujo lo define como: “Las motivaciones serían fuerzas que se manifiestan como resultado de una necesidad no satisfecha, generando así un comportamiento”. (Araujo Pereira, 2017). Esta conceptualización sugiere que las motivaciones de viaje son impulsos que surgen como respuesta a una falta percibida y que motivan a los individuos a participar en actividades relacionadas con el desplazamiento y la exploración. (Araujo Pereira, 2017)

CAPITULO IV - MARCO METODOLÓGICO

4.1. Enfoque de Investigación.

El enfoque de investigación, según su naturaleza, será cuantitativo, el cual se caracteriza por: “Utilizar la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías. “. (Hernandez Sampieri Roberto, 2014).

En este estudio se empleará el método cuantitativo para verificar la hipótesis planteada. Este enfoque facilitará la medición de las características económicas al analizar la realidad objetiva de la población bajo estudio, incluyendo el porcentaje estadístico de individuos que realizan viajes de turismo interno y tienen preferencia por el turismo de aventura en la ciudad de La Paz. Asimismo, se explorarán sus principales características sociales y motivacionales a través de la realización de encuestas dirigidas al mercado potencial y la observación en su entorno natural especializado.

4.2. Alcance de la investigación.

El alcance del presente estudio se centrará en la investigación descriptiva, según indica Sampieri. Es: “Buscar especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de grupos o poblaciones”. (Hernandez Sampieri Roberto, 2014).

El enfoque de la investigación descriptiva permitirá realizar una detallada descripción de las características del perfil del turista interno de aventura. Se abordarán sus motivaciones para viajar, sus preferencias en tipos de turismo y sus comportamientos socioeconómicos mientras participan en actividades turísticas de aventura. Este análisis contribuirá al posicionamiento del turismo de aventura, evaluando aspectos como la calidad, satisfacción y experiencia tanto del atractivo turístico como de la actividad en sí misma.

4.3. Tipo de investigación.

La investigación propuesta adoptará un enfoque de campo, ya que se realizará la recolección de información y datos pertinentes sobre las características del perfil del turista interno de aventura directamente en los lugares donde se ofrecen los servicios turísticos de aventura, tales como agencias de viajes u operadoras de turismo. Este método permitirá obtener observaciones y datos de primera

mano que serán cruciales para comprender en profundidad las motivaciones, preferencias y comportamientos de los turistas en el contexto específico de las actividades de aventura.

4.4. Diseño de investigación.

El diseño de la investigación adoptado será no experimental, siguiendo la definición de Sampieri que describe este enfoque como: “observar un fenómeno tal y como se dan en su entorno natural, para después analizarlos.”.

En este contexto, la investigación se centrará en la observación de variables relacionadas con el perfil del turista interno de aventura en la ciudad de La Paz, específicamente en el periodo posterior a la pandemia del COVID-19 y dentro del contexto habitual de la prestación de servicios turísticos de aventura. La recolección de información se llevará a cabo mediante encuestas, seguida de un análisis de datos cuantitativos, con el fin de alcanzar los objetivos establecidos en la investigación.

4.5. Delimitación del Tema.

La investigación se delimitará bajo los siguientes criterios:

4.5.1 Delimitación geográfica.

La investigación se delimitó geográficamente en el departamento de la Ciudad de La Paz, centrándose específicamente en el estudio de los habitantes del municipio de La Paz como la población objetivo para la recolección de datos. Esta decisión de delimitación geográfica se fundamenta en la relevancia de entender las características y comportamientos específicos de los cuales se busca analizar la demanda potencial turística interna.

4.5.2. Delimitación Social.

La delimitación social considerada para la presente investigación abarcó el perfil del turismo de aventura a nivel mundial, el cual presenta una amplia gama de edades. Sin embargo, se identificaron ciertos rangos de edad con mayor predominancia, enfocándose particularmente en países de América donde este tipo de turismo es notablemente prominente, tales como Perú, México y Costa Rica.

- El rango de edad de los Turistas de Aventura en Perú suelen ser los denominados millennials en su gran mayoría, de entre 25-40 años de edad. (PromPerú, 2021).
- En México, el rango de edad de los turistas de aventura se distribuye entre 20 y 39 años, siendo este grupo el más activo en términos de participación. Adicionalmente, aquellos de 40 a 59 años también participan en este tipo de turismo, aunque en menor medida, pero su participación sigue siendo significativa. (Sectur, 2022)
- Por su parte, en Costa Rica, Villalobos (2012) identificó cuatro rangos etarios para los turistas de aventura: (menos de 30, 30-39, 40-49, 50 años o más). La Cámara Nacional de Turismo de Costa Rica también coincide en que los turistas de aventura abarcan principalmente el rango de 20 a 59 años. (CANATUR, 2021)

En base a los datos presentados, se consideraron los rangos de edad de 20 a 40 años para investigar el perfil del turista interno en la ciudad de La Paz. Este rango de edad se justificó además por: En primer lugar, los individuos en esta franja etaria suelen tener una buena condición física, lo que les permite participar activamente en actividades físicamente exigentes, como las ofrecidas en el turismo de aventura. Además, las personas de 20 a 40 años buscan experiencias que desafíen sus límites y les proporcionen un escape de la rutina diaria.

Este grupo demográfico también dispone de la independencia y flexibilidad necesarias para viajar, tanto desde el punto de vista económico como temporal. Adicionalmente, las redes sociales juegan un papel importante al promover el turismo de aventura entre los jóvenes adultos, quienes se destacan como los principales consumidores de estas actividades.

4.5.3. Delimitación temporal.

La delimitación temporal de la investigación se centró en las temporadas alta y baja del turismo interno en la ciudad de La Paz, considerando el periodo posterior a la pandemia del COVID-19 y la reactivación del sector turístico. En este sentido, se planificó la recolección de datos para llevarse a cabo desde octubre de 2023 hasta enero de 2024. Este periodo específico fue seleccionado con el fin de capturar las dinámicas y comportamientos de los turistas en un contexto post-pandemia, permitiendo así un análisis detallado de las preferencias y actividades relacionadas con el turismo de aventura en La Paz.

4.6. Población y muestra.

4.6.1. Población.

Sampieri define a la población o universo como: Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones (Hernandez Sampieri Roberto, 2014). En este contexto, la población objeto de estudio se conformó por todos los turistas internos que participaron en actividades de turismo de aventura, sin importar cuáles fueran los destinos turísticos elegidos, siempre y cuando estos se ubicaran dentro o en las cercanías de la ciudad de La Paz.

4.6.2. Muestra.

Sampieri define a la muestra como: Subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población (Hernandez Sampieri Roberto, 2014). En este entendido se describe a continuación la muestra a investigar:

4.6.2.1. Delimitación del tamaño de la Muestra.

El tipo de muestra de esta investigación será el muestreo no probabilístico, el cual se entiende como subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación. (Hernandez Sampieri Roberto, 2014).

En este contexto, y considerando que el turismo interno en Bolivia experimentó un crecimiento y dado que el segmento investigado corresponde a un turismo especializado. Se tomaron en cuenta datos estadísticos relevantes, según el Instituto Nacional de Estadística (INE), en marzo de 2020, el departamento de La Paz contaba con una población de 2,927,000 habitantes. De esta población, el análisis indicó que el 34.21% tenía un rango de edad de entre 20 y 40 años.

A continuación, se procederá a desarrollar la fórmula para determinar el tamaño de la muestra utilizando los datos mencionados.

Formula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n	Tamaño de muestra buscado	x
N	Tamaño de población o universo	1.001.327
Z	Parámetro estadístico que depende el Nivel de confianza (NC 95%)	1.96
e	Error de estimación máximo aceptado (5%)	0.05
p	Probabilidad de que ocurra (éxito) (50%)	0.5
q	Probabilidad de que no ocurra (50%)	0.5

$$n = \frac{1.001.327 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * (1.001.327 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{1.001.327 * 3.8416 * 0.5 * 0.5}{0.0025 * 1.001.326 + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{961674.4}{2503.3 + 0.96}$$

$$n = \frac{961674.4}{2504.2}$$

$$n = 384.05$$

$$n = 385$$

4.7. Técnicas e instrumentos de investigación.

Las técnicas de investigación son: las diferentes formas en que una investigación puede llevarse a cabo. En tal sentido, según Finol y Nava (1993), quienes señalan que, la fase que comprende la aplicación de las técnicas e instrumentos de investigación es la más laboriosa dentro del proceso de investigación. En este sentido para la presente investigación se utilizará las siguientes técnicas de recolección de datos:

4.7.1. Encuesta.

Para el enfoque de investigación cuantitativa, se aplicó la técnica de la encuesta utilizando como instrumento un cuestionario, diseñado con preguntas cerradas para facilitar la tabulación de los datos. Este cuestionario incluyó preguntas múltiples dirigidas a los turistas internos que participaban en el

turismo de aventura en el municipio de La Paz, específicamente aquellos que adquirirían los servicios de agencias operadoras de turismo.

La encuesta se estructuró en tres partes distintas: la primera parte abordó las características sociodemográficas de los encuestados; la segunda exploró las motivaciones que impulsaban sus viajes; y la tercera se centró en las preferencias y comportamientos relacionados con la demanda potencial del perfil investigado del turista interno de aventura.

Para validar el cuestionario como instrumento de investigación, fue revisado por tres especialistas con licenciatura en turismo. Posteriormente, se llevó a cabo una prueba piloto con un grupo de 10 personas, quienes evaluarón la efectividad del cuestionario en cuanto a la redacción, claridad, indicadores precisos, secuencia lógica, coherencia y si las preguntas responden a los propósitos de la investigación.

4.7.3. Procesamiento y análisis de datos.

La información fue recolectada utilizando Google Forms como el instrumento principal. Los datos recabados fueron posteriormente tabulados mediante la misma herramienta de recolección, lo que facilitó la generación de gráficos para la visualización y descripción de los resultados obtenidos en la investigación. El uso de estos instrumentos permitió identificar el perfil del turista interno que participa en el turismo de aventura en la ciudad de La Paz.

4.8. Hipótesis de la investigación.

Según Sampieri (Hernandez Sampieri Roberto, 2014) las hipótesis son: “las guías de una investigación o estudio. Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se define como explicaciones tentativas del fenómeno investigado”, por tanto, se utilizará la hipótesis descriptiva la cual, intenta predecir un dato o valor es una variable que se van a medir u observar...” en este sentido se formuló la siguiente hipótesis:

“Existe un mercado turístico interno potencial para el Turismo de Aventura que muestra una participación significativa en la ciudad de La Paz, caracterizado por atributos específicos y con posibles cambios motivacionales post-pandemia que pueden contribuir al desarrollo del sector turístico.”

4.9. Variables.

Se entiende por variable que es: “Una propiedad que puede fluctuar cuya variación es susceptible de medirse u observarse”. (Sampieri, 2014). Por otro lado, Tamayo define a la variable como “Un aspecto o dimensión de un fenómeno que tiene como característica la capacidad de asumir distintos valores ya sea cuantitativa o cualitativamente, este fenómeno puede ser medido. La característica principal de una variable es distinguir entre la presencia o la ausencia de la propiedad que expresa”.

En este entendido las variables identificadas para nuestra investigación según nuestro tipo de investigación cuantitativo son:

4.9.1. Variable dependiente:

- Perfil del turista interno potencial para el turismo de aventura en la ciudad de La Paz.

4.9.2. Variables Independientes:

- Motivaciones de viaje.
- Características socio-económicas
- Gustos y preferencias

4.9.3. Operalización de las variables.

OBJETIVO: Determinar el perfil potencial del turista interno en la modalidad de Turismo de Aventura en la ciudad de La Paz.					
VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TECNICA E INSTRUMENTOS
PERFIL DEL TURISTA INTERNO DE AVENTURA	El perfil del turista alude a la caracterización a un destino turístico, con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas que permita conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos, en este caso de aventura.	Características demográficas	Edad	De qué edad viajan más los turistas internos de aventura	Encuesta
			Genero	Hombre o mujer	
			Lugar de procedencia	La Paz, El Alto u otros departamentos.	
		Características psicográficas del turista interno	Motivación de viaje	Se detalla a continuación como variables específicas para identificar el perfil del turista interno en la modalidad del turismo de aventura.	Encuesta
			Características Socioeconómicas		
			Gustos y preferencias		

Objetivo: Analizar las motivaciones de viaje del turista interno en la modalidad del turismo de aventura en ciudad de La Paz.					
Motivación de viaje	Las motivaciones serían fuerzas que se manifiestan como resultado de una necesidad no satisfecha, generando así un comportamiento	Características principales de la motivación de un viaje	Gusto por los viajes	Si a las personas les gusta viajar o no	Encuesta
			Compañía de viaje	Con quienes acompañado prefieren viajar	
			Actividades de viaje	Que actividades prefieren realizar en el viaje	
			Tipo de viaje	Si viajan individualmente o con un viaje organizado	
			Relación Precio calidad	Precio del viaje y calidad de los servicios ofrecidos	
			Medios de información	Se informó del viaje mediante que canal de comunicación	
			Motivos de viaje	Por placer, recreación, diversión, negocio, familiar u otros	

Objetivo: Identificar las características socio-económicas del turista interno en el segmento de mercado del turismo de aventura en la ciudad de La Paz.					
Características Socioeconómicas	Capacidad económica y social del individuo	Características principales Socioeconómicas para realizar un viaje	Ocupación	Es trabajador independiente o de alguna institución	Encuesta
			Ingreso mensual	Ingreso en bs mensual de 1 alas de 3000 bs.	
			Nivel de gasto diario	Nivel de gasto diario en turismo de aventura	
			Nivel de instrucción	Qué nivel educativo tienen los turistas internos de aventura	
			Tiempo de estadía	Cuántas noches pernocta en el destino de viaje.	
			Servicios consumidos	Que servicios consume en un viaje de turismo de aventura	
			Viajes anuales	cantidad de viajes anuales que hacen los turistas	

Objetivo: Conocer las preferencias del turista interno de aventura antes y después de la pandemia del COVID 19 con respecto al tipo de turismo.					
Gustos y preferencias	Los gustos y preferencias pueden estar condicionados por las limitaciones sociales, económicas y culturales de las personas lo cual establecerán los márgenes para el consumo y adquisición de los servicios turísticos.	Características principales de gustos y preferencias de los turistas al realizar un viaje	Gusto y preferencia por el turismo de aventura	Si al turista le gusta el turismo de aventura u otros tipos de turismo.	Encuesta
			Entendimiento del turismo de aventura	Entiende que es un turismo de actividades al aire libre, contacto con la naturaleza o actividades de riesgo.	
			Motivo para realizar turismo de aventura	Esparcimiento, diversión, recreación, contacto con la naturaleza, conocer otras culturas, revalorizar atractivos, o hacer deportes extremos.	
			Grado de riesgo del turismo de aventura	Grado alto, medio o bajo.	
			Conocimiento del equipo de turismo de aventura	sí conoce o no el equipo necesario	
			Percepción de seguridad en actividades de turismo de aventura	Es Bueno, Malo o regular.	
			Tipo de turismo el cual prefiere en la ciudad de La Paz.	Turismo de aventura, turismo cultural, turismo gastronómico, turismo rural u otros.	
			Recomendación y percepción del servicio de aventura	Si recomendaría el turismo de aventura y cuál es su percepción del servicio	
			Dificulta preferida del turista	Prefiere dificultad baja, media o alta.	
			Entorno natural preferido por el turista	Prefiere el entorno de actividad en tierra, agua o aire.	
			Tipo de viaje preferido en turismo de aventura	Viaje individual, organizado u otro.	
			Inversión de viaje en turismo de aventura	Cuanto invertiría en un turismo de aventura por día	
			Tiempo de estadía en turismo de aventura	Cuánto tiempo se quedaría en un destino de turismo de aventura	
			Medio de Información en un viaje de turismo de aventura	Por cual medio de información le gusta informarse para un turismo de aventura	
			Preferencia de turismo antes y después de la pandemia del COVID 19	Cuál es el tipo de turismo que prefería antes y después de la pandemia del COVID-19	
			Preferencia de viaje del turista según el lugar	Cuál es la preferencia de viaje local, nacional o internacional antes y después de la pandemia del COVID 19.	
Temporalidad preferida en turismo de aventura	Cuál es la temporalidad preferida en turismo de aventura, fines de semana, vacaciones de invierno, vacaciones de verano o todo el año.				

CAPITULO V - ANALISIS E INTERPRETACION DE DATOS.

5.1. Perfil socio- demográfico del turista interno en la ciudad de La Paz.

Para conocer mejor las características sociodemográficas de los turistas internos de la Ciudad de La Paz, se formularon varias preguntas. A continuación se presentan los resultados obtenidos:

FIGURA 10. Género.



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico muestra la distribución porcentual de género dentro de la muestra estudiada. Estos porcentajes indican que hay una ligera mayoría de participantes femeninas el 54% en comparación con los participantes masculinos el 46%. Esta información es relevante para entender la composición demográfica de la muestra y puede influir en el análisis y las conclusiones de la investigación, especialmente donde el género es importante dentro de un estudio de mercado turístico. Se puede evidenciar el género con mayor predominancia, quienes consumen y prefieren el turismo en sus diversos tipos en la ciudad de La Paz son mujeres.

FIGURA 11. Estado civil.

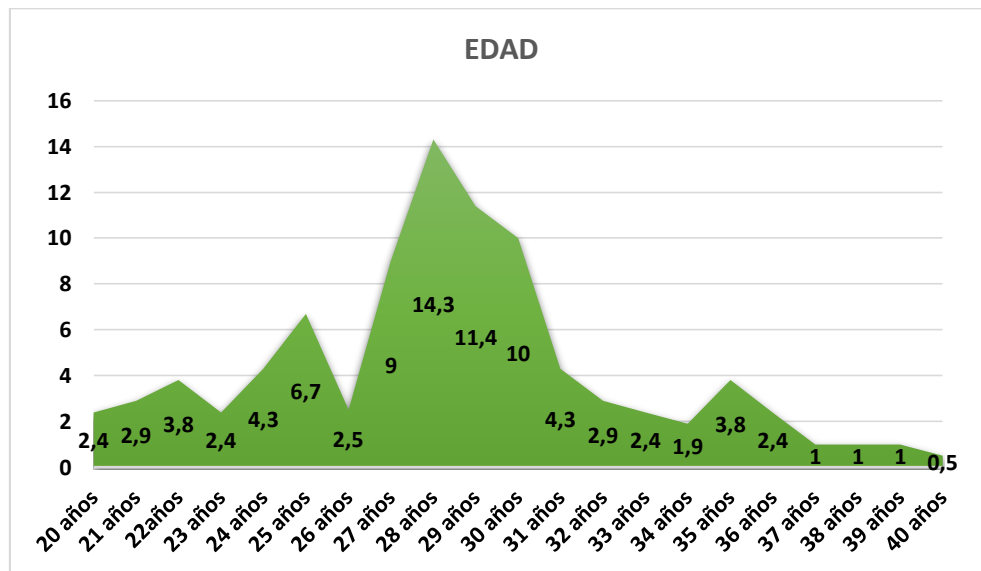


Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada, el 90% de las personas tiene un estado civil de solteros, lo que podría indicar una predominancia de jóvenes o personas que viajan de manera individual. El 8% de los encuestados están casados, sugiriendo también hay una proporción significativa de personas que viajan con sus parejas. El 1% de los encuestados están divorciados lo que refleja una menor incidencia de viajeros en esta situación específica. Finalmente, el 1% tienen un estado civil no definido, posiblemente incluyendo a personas en relaciones no convencionales.

Esta distribución de estado civil es importante para entender el perfil sociodemográfico de los turistas y puede ser relevante para el diseño de estrategias de marketing turístico y servicios de turismo que se adapten mejor a las necesidades y preferencias de cada grupo. Concluyendo, se observa que las personas solteras son las que más consumen el turismo en general en la ciudad de La Paz.

FIGURA 12. Edad.



Fuente: Elaboración propia.

En la interpretación del gráfico de edad para la investigación, se observa que el 14.3% de los encuestados tienen 28 años, el 11.4% tiene 29 años, el 10% tiene 30 años, el 9% tiene 27 años, el 6.7% tiene 25 años, entre otras cifras mostradas.

Estos datos sugieren una concentración notable de participantes en el rango de edad cercano a los 28 años. Esta tendencia puede indicar la existencia de una demografía específica de turistas internos en

la ciudad de La Paz, posiblemente jóvenes adultos en las primeras etapas de sus carreras profesionales o académicas, con un interés significativo en viajar. La presencia destacada de individuos de 29 y 30 años también respalda esta observación, mostrando una distribución relativamente equilibrada en torno a este grupo central.

Esta información resulta crucial para una mejor comprensión del perfil demográfico de los turistas y podría influir en la formulación de estrategias específicas de mercado, similares a otros perfiles de turistas de aventura a nivel internacional. Este perfil demográfico joven es consumidor frecuente de turismo de aventura, lo que destaca la importancia de adaptar las ofertas turísticas para captar y satisfacer las necesidades de este segmento particular de mercado.

FIGURA 13. Hijos.



Fuente: Elaboración propia.

Según los resultados de la encuesta, 86% de los participantes indican no tener hijos, mientras que el 15 % de los encuestados afirman si tener hijos. Estos datos son cruciales para comprender cómo diversos grupos de individuos gestionan sus responsabilidades familiares y cómo estas elecciones pueden impactar en la planificación de viajes, las preferencias de destinos, así como en las variaciones de necesidades y patrones de consumo.

Estos hallazgos proporcionan una base fundamentada para analizar la influencia de los turistas en sus comportamientos y decisiones de viaje. Se observa que los residentes de la ciudad de La Paz que no tienen hijos tienden a participar en diversas formas de turismo con mayor frecuencia. Esta tendencia sugiere una capacidad de gasto más elevada en actividades de entretenimiento y una estadía prolongada en destino, aspectos que benefician el sistema turístico local.

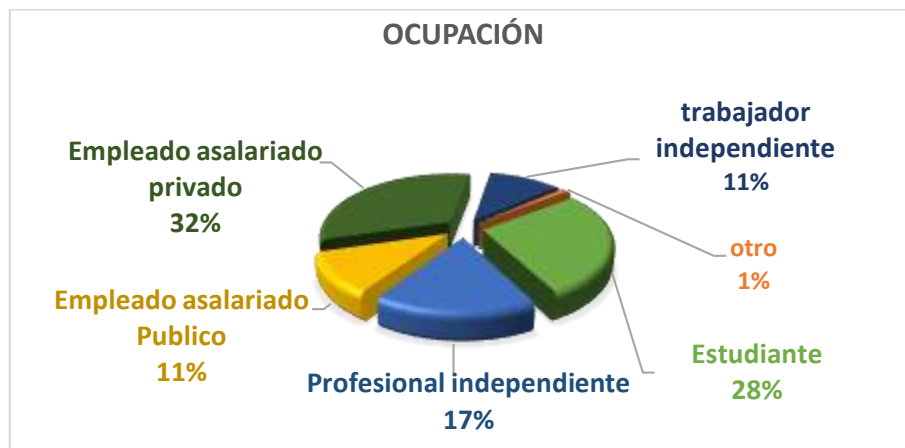
FIGURA 14. Lugar de procedencia.



Fuente: Elaboración propia.

Según la ubicación de los encuestados, el 83% de las personas indican residir en la ciudad de La Paz, mientras que el 13% declaran vivir en la ciudad de El Alto. Además, un 4% de los encuestados manifestaron vivir en otros departamentos de Bolivia o en municipios distintos a los mencionados anteriormente. Este análisis de distribución geográfica proporciona una visión detallada de la procedencia de los participantes, permitiendo identificar patrones relevantes para fines de la investigación.

FIGURA 15. Ocupación.



Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada, el 32% de los encuestados son empleados asalariados privados, lo cual sugiere que se trata de personas con empleos estables en el sector privado, representando un segmento significativo de la muestra. Estos individuos probablemente disfrutaban de ingresos regulares y tienen la capacidad de planificar y participar en actividades turísticas.

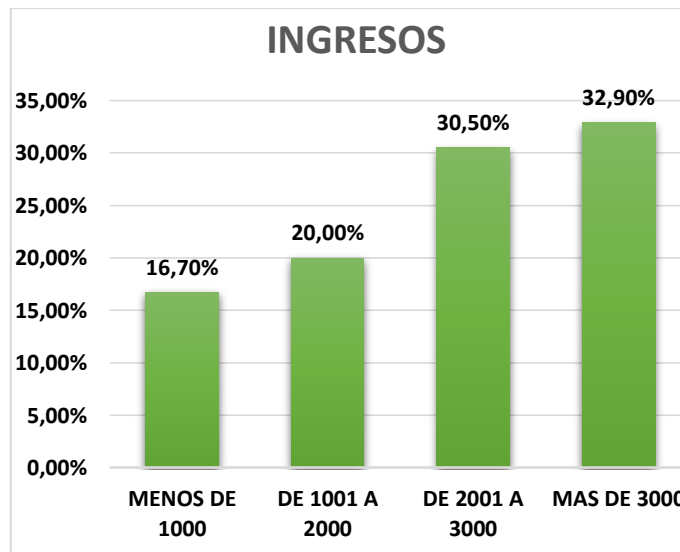
Por otro lado, el 28% de los encuestados son estudiantes, lo que indica una alta proporción de individuos en etapas formativas o académicas. Este grupo, caracterizado por su juventud y generalmente con menor poder adquisitivo, podría tener preferencias específicas en cuanto a destinos y tipos de experiencias turísticas.

Los trabajadores independientes y empleados públicos representan cada uno un 11% de la muestra, lo que refleja una proporción similar. Los trabajadores independientes suelen tener flexibilidad en sus horarios y decisiones de viaje, mientras que los empleados públicos podrían beneficiarse de vacaciones pagadas u otros beneficios que podrían influir en sus decisiones de destino turístico.

El 17% de los encuestados se identificaron como profesionales independientes, lo cual sugiere que este grupo posiblemente tenga un mayor control sobre sus horarios y decisiones de viaje. Solo el 15% de los encuestados indicaron tener otro tipo de profesión u ocupación, lo que demuestra la diversidad en las ocupaciones representadas en la muestra.

En conclusión, se observa un mayor consumo de turismo en sus diferentes variedades por parte de personas trabajadoras asalariadas privadas, posiblemente debido al mayor gasto diario y al tiempo de vacaciones o tiempo libre disponible en este sector dentro de la ciudad de La Paz.

FIGURA 16. Ingreso mensual en bolivianos.



Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada, en primer lugar, el 32.9% de las personas tienen un ingreso mensual superior a 3001 bolivianos. En segundo lugar, el 20.5% de los encuestados reportan ingresos mensuales de entre 2001 y 3000 bolivianos. En tercer lugar, el 20% indica percibir ingresos mensuales en el rango de 1001 a 2000 bolivianos. Por último, solo el 16.7% de las personas encuestadas tienen ingresos mensuales inferiores a 1000 bolivianos.

Estos datos sugieren que las personas que participan en actividades turísticas dentro de la ciudad de La Paz poseen un nivel adquisitivo elevado, reflejado en su capacidad para adquirir bienes y servicios turísticos en general. Este análisis de distribución de ingresos proporciona una perspectiva útil para entender cómo el poder adquisitivo influye en el comportamiento de consumo turístico en la región estudiada.

FIGURA 17. Grado de instrucción.



Fuente: Elaboración Propia.

El cuadro revela que la mayoría de los encuestados tienen un nivel educativo de licenciatura, representando el 31% del total. Le sigue un 17% de encuestados que están actualmente cursando estudios universitarios, mientras que el otro 16%, con igual proporción, ha completado estudios de postgrado y son egresados universitarios. Los encuestados con formación técnica constituyen el 13% y los bachilleres representan el 7%.

Estos datos indican que las personas que participan en actividades turísticas poseen un alto nivel educativo, lo cual es fundamental para el desarrollo de esta actividad. En la actualidad, existe una

creciente demanda por profesionales con conocimientos en conservación, respeto por las comunidades y el medio ambiente, así como en sostenibilidad del turismo. Estas habilidades especializadas son crucialmente importantes para la práctica y promoción de formas especializadas de turismo, como el turismo de aventura.

Se puede inferir que la mayoría de los turistas locales que consumen diversas modalidades de turismo son mujeres solteras de mediana edad (promedio de 28 años), sin hijos, empleadas en el sector privado con ingresos superiores a 3000 bolivianos mensuales y con grado académico de licenciatura. Estos datos sugieren que este grupo demográfico tiene un alto nivel de gasto diario y, probablemente, posee expectativas elevadas respecto a los servicios turísticos ofrecidos en la ciudad de La Paz.

Esta información es crucial para entender las necesidades y preferencias de los turistas locales, permitiendo así la adaptación y mejora continua de la oferta turística en la ciudad de La Paz.

5.2. Perfil conductual motivacional (general).

FIGURA 18. Le gusta viajar.

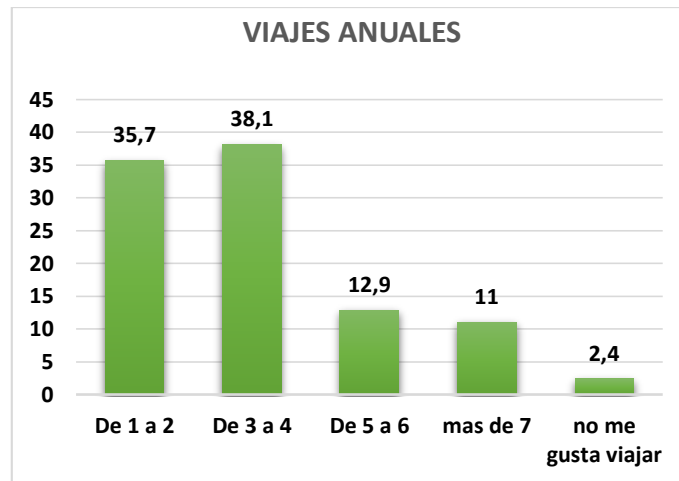


Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada, el 96% de los participantes expresaron un gusto general por viajar, tanto dentro como fuera del país. Este alto porcentaje indica un considerable interés en el turismo y revela un mercado potencialmente robusto para esta industria. Además, permite identificar y comprender las preferencias de este grupo en términos de destinos y tipos de viaje, facilitando así una segmentación efectiva del mercado. En contraste, solo el 4% de los encuestados manifestaron no disfrutar viajar, señalando la existencia de nuevos desafíos y oportunidades que deben abordarse en el sector.

En resumen, los datos muestran un alto grado de afinidad por el viaje entre los encuestados, lo cual es prometedor para el desarrollo del turismo. No obstante, es esencial comprender las variaciones dentro de este grupo demográfico para optimizar las oportunidades y enfrentar los desafíos presentes en la industria turística.

FIGURA 19. Cantidad de viajes anuales.



Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada, el 38.1% de los encuestados indicaron viajar de 3 a 4 veces al año, mientras que el 35.7% viajan de 1 a 2 veces anualmente. Por otro lado, el 12.9% de los encuestados viajan de 5 a 6 veces al año, y un 11% afirmaron realizar más de 7 viajes anuales. Solo un 2.4% expresó que no les gusta viajar. Esta variación en la frecuencia de viajes refleja la diversidad de prácticas turísticas tanto dentro como fuera de la ciudad de La Paz, así como en otros departamentos de Bolivia.

Este análisis proporciona patrones importantes de viaje de la población encuestada, lo cual es fundamental para comprender cómo diferentes tipos de turismo pueden influir en estas prácticas. La frecuencia variada de viajes también sugiere oportunidades para adaptar y desarrollar productos turísticos que puedan captar y satisfacer las diversas necesidades y preferencias de los turistas internos de la ciudad de La Paz.

FIGURA 20. Preferencia de compañía de viaje.



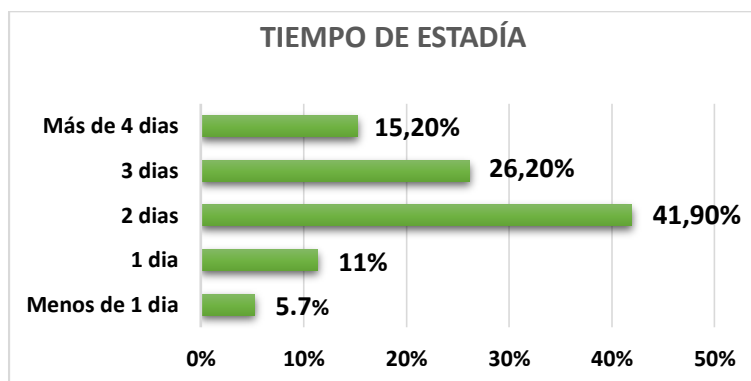
Fuente: Elaboración propia.

Según los datos proporcionados, se observa que existe una distribución variada en cuanto a las preferencias de compañía de viaje entre los encuestados. El 40% de las personas prefieren viajar acompañados de amigos, mientras que un 28% prefiere hacerlo en familia, el 21% muestra preferencia por viajar en pareja, mientras que solo el 11% prefiere viajar solos. Estos datos revelan patrones significativos en las elecciones de compañía durante los viajes, lo cual puede influir en las decisiones de destino, actividades y experiencias turísticas en general dentro y fuera de la ciudad de La Paz.

Viajar con amigos podría estar asociado con la búsqueda de aventuras compartidas y actividades sociales, mientras que los viajes en familia pueden centrarse en actividades orientadas al grupo y la creación de recuerdos familiares. Por otro lado, los viajes en pareja pueden enfocarse en experiencias románticas y de relajación, mientras que los viajes en solitario pueden proporcionar autonomía y oportunidades para la introspección personal.

Este análisis es crucial para la planificación y el desarrollo de estrategias turísticas que puedan adaptarse a las diferentes preferencias y dinámicas de grupo de los viajeros, maximizando así la satisfacción del cliente y la experiencia turística en general dentro de la ciudad de La Paz.

FIGURA 21. Tiempo de estadía.



Fuente: Elaboración propia.

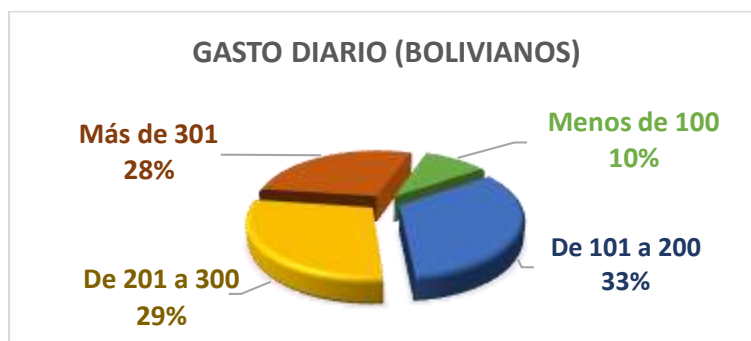
Según la encuesta realizada, se observa una distribución variada en cuanto al tiempo de estadía de los turistas internos. El 41.9% de los encuestados suelen quedarse en el lugar que visitan un tiempo de 2 días, lo que constituye la mayoría. Le sigue un 26.2% de personas que suelen quedarse 3 días, seguido por un 15.2% que prefieren quedarse igual o más de 4 días, el 11% de los encuestados suele quedarse solo 1 día en el lugar que visita, mientras que un 5.7% de las personas suele quedarse menos de 1 día.

Estos datos revelan patrones significativos en las preferencias de duración de estancia durante los viajes, lo cual puede influir en la planificación y la experiencia turística. La preferencia por quedarse 2 días podría indicar una combinación de exploración intensiva y eficiencia en la visita de destinos, mientras que una estancia de 3 días puede permitir una exploración más profunda y relajada. Por otro lado, las estadías más largas (más de 4 días) pueden estar asociadas con un interés en experiencias extendidas o en destinos con múltiples atracciones.

Tomando en cuenta que la definición de turista está basada en el pernocte en dicho lugar de destino y el excursionista se define como aquel que no pernocta, se puede identificar claramente dado a la preferencia de pernocte en el lugar, que la mayoría de las personas son turistas quienes visitan los destinos turísticos.

Este análisis es crucial para entender las expectativas de los viajeros y adaptar las ofertas turísticas en función de las diferentes necesidades de duración de estancia en la oferta turística de la ciudad de La Paz.

FIGURA 22. Gasto diario en bolivianos.



Fuente: Elaboración propia.

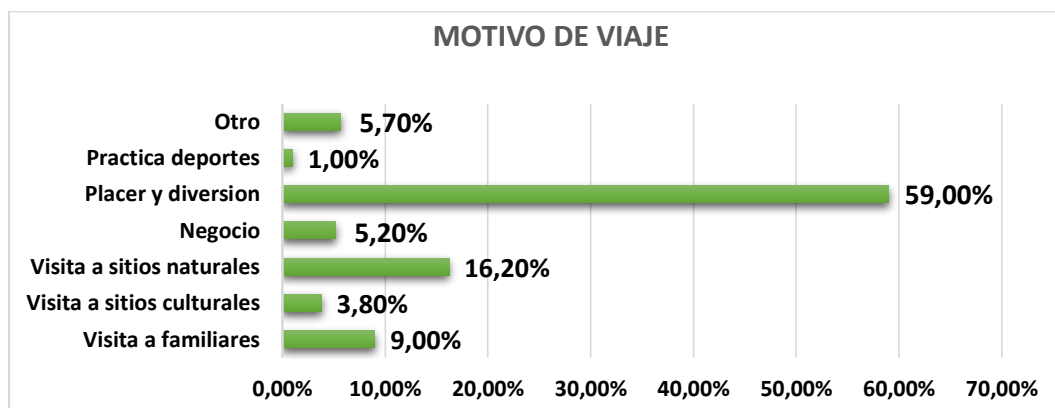
Según los datos analizados, se observa una distribución variada en cuanto al gasto diario de las personas encuestadas durante sus viajes. El 33% de los encuestados indicaron gastar de 101 a 200 bolivianos por día. En segundo lugar, un 29% señaló un gasto diario de 201 a 300 bolivianos, seguido por un 28% que reporto gastar más de 300 bolivianos diarios. Por último, solo el 10% indicó gastar igual o inferior a 100 bolivianos diarios.

Este gasto diario abarca una amplia gama de consumos que incluyen servicios turísticos, recreación, alimentación, transporte, hospedaje y necesidades básicas. Los viajeros con un mayor gasto diario probablemente buscan experiencias más exclusivas o están dispuestos a pagar por comodidades adicionales. En contraste, aquellos con un gasto diario más bajo podrían preferir opciones más económicas o actividades autoguiadas.

Es importante considerar que el tipo de turismo practicado puede influir en los costos. Por ejemplo, los costos asociados con el trekking pueden diferir significativamente de los asociados con actividades como el parapente. Esta variación puede definir las preferencias de consumo entre los diferentes tipos de turistas y las experiencias que buscan. Esta diferencia será examinada y contrastada en fases posteriores de la investigación.

Este análisis proporciona información valiosa para entender las dinámicas de consumo de los turistas y adaptar la oferta turística para satisfacer mejor las necesidades y expectativas de los diferentes segmentos de mercado.

FIGURA 23. Motivación de viaje.

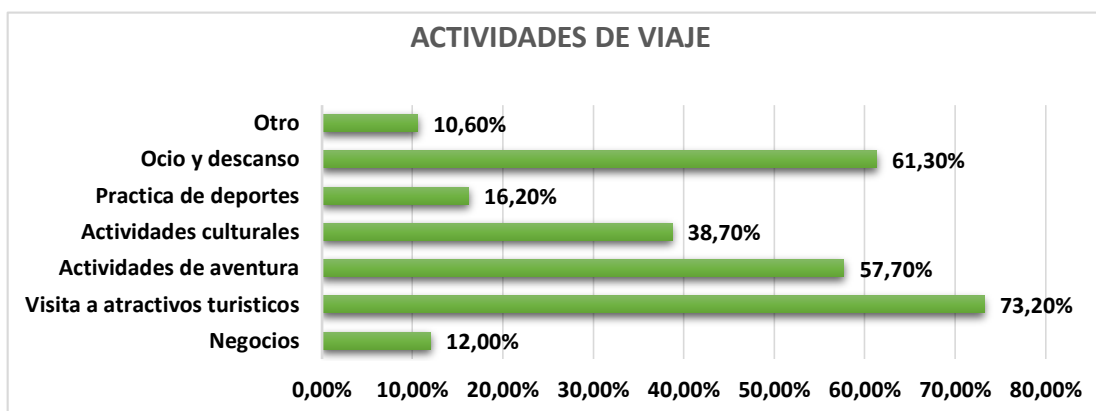


Fuente: Elaboración propia.

Según los datos analizados, el 54.9% de los turistas internos de la ciudad de La Paz viajan principalmente por placer y diversión, lo que constituye la razón principal para sus desplazamientos. En segundo lugar, el 17.6% lo hace con el propósito de visitar sitios naturales, destacándose como una motivación significativa para el turismo local. Un 10.6% de los encuestados indicaron que viajan para visitar a familiares, reflejando una conexión importante con el ámbito familiar. Por otro lado, el 6.3% de los turistas internos lo hacen por practicar algún deporte, mientras que un 4.9% y un 4.2% viajan por motivos de negocios y visita a sitios culturales, respectivamente. Finalmente, solo un pequeño porcentaje del 1.4% indicó viajar por otros motivos no específicos.

El enfoque predominante en el placer y la diversión sugiere una demanda significativa por actividades recreativas y de entretenimiento entre los turistas internos de La Paz. Por otro lado, el interés destacado en sitios naturales subraya la importancia del ecoturismo y la conservación ambiental como elementos esenciales de la oferta turística local. Estos datos proporcionan una visión clara de las motivaciones de los turistas internos, permitiendo diseñar estrategias efectivas para satisfacer sus necesidades y mejorar la experiencia turística en la ciudad de La Paz.

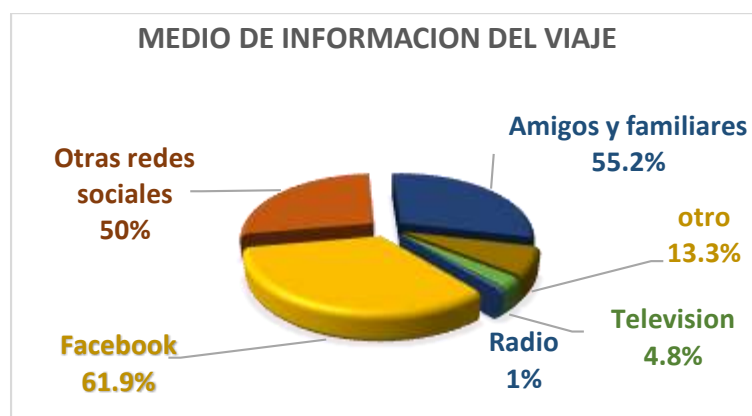
FIGURA 24. Actividades que realizan en un viaje.



Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada los turistas internos de la ciudad de La Paz, realizan las actividades de turismo por: el 73.2%, visita a atractivos turísticos, seguido por el 61.3% ocio y descanso, el 57,7% realiza actividades de aventura seguido por el 38,7% los cuales realizan actividades culturales, por otro lado el 12% y el 10,6% indicaron realizar actividades de negocio u otros respectivamente. De acuerdo al anterior ítem, se puede decir que las personas prefieren visitar atractivos turísticos donde encuentren actividades de diversión como motivación, además donde encuentren placer lo cual puede definirse como el gusto por lo cual se visita el lugar que también pueden referirse a las acciones, sentimientos y en este caso al lugar de naturaleza y tranquilidad que se puede presentar en este tipo de turismo de aventura.

FIGURA 25. Medio de información del viaje.

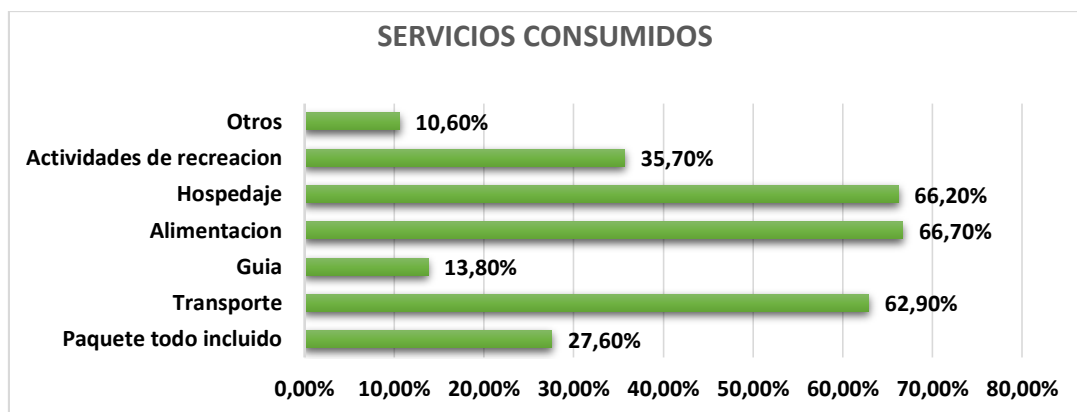


Fuente: Elaboración propia.

Según el análisis de datos, el 61.9% de las personas encuestadas utilizaron la red social Facebook como principal fuente de información para planificar su destino de viaje, evidenciándose como la plataforma más utilizada con este propósito. Además, un 50% y un 55.2% de los encuestados obtuvieron información de otras redes sociales y de familiares/amigos, respectivamente, lo cual también influyó significativamente en la planificación de sus viajes internos en Bolivia. En menor medida, el 13.3% de los encuestados recurrieron a otros medios de comunicación para obtener información, mientras que la televisión y la radio, con un 4.8% y un 1% respectivamente, fueron mencionados como fuentes menos frecuentes de información sobre destinos turísticos.

Estos datos subrayan la creciente importancia de las redes sociales y las recomendaciones personales como principales herramientas para la toma de decisiones de viaje. La preferencia por plataformas digitales como Facebook y otras redes sociales refleja una tendencia hacia la digitalización en la búsqueda de información turística, lo cual sugiere la necesidad de estrategias efectivas de marketing y promoción adaptadas a estas plataformas para promover el turismo interno en Bolivia de manera eficaz.

FIGURA 26. . Servicios consumidos.



Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada, los servicios más consumidos por los turistas internos en la ciudad de La Paz se distribuyen de la siguiente manera: en primer lugar, el 66.7% de los encuestados mencionaron la alimentación como el servicio principal durante su estadía. Le sigue el hospedaje con un 66.2%, el transporte con un 62.9% y las actividades de recreación con un 35.7%. En quinto lugar, el 31% de los encuestados indicaron que consumirían paquetes todo incluido de ida y retorno a su destino de origen.

Solo un 13.4% mostró interés en contratar los servicios de un guía en destino, mientras que un 10.6% mencionó que consumiría otros tipos de servicios adicionales.

Estos datos revelan las preferencias y prioridades de los turistas internos de La Paz en sus viajes, destacando la importancia de servicios básicos como hospedaje, alimentación y transporte. La elección de paquetes todo incluido también muestra una tendencia hacia conveniencias preestablecidas que facilitan la organización del viaje. La baja demanda de servicios de guía y otros servicios adicionales sugiere áreas potenciales de mejora en la oferta turística, enfocándose en diversificar y promover servicios complementarios que puedan enriquecer la experiencia del turista en la ciudad.

FIGURA 27. Tipo de viaje.



Fuente: Elaboración propia.

Según el análisis de datos realizado, el 71% de las personas encuestadas mostraron una clara preferencia por viajar de manera independiente, lo cual se destacó como la opción más popular entre los participantes del estudio. Por otro lado, el 26.2% expresó su preferencia por viajar en viajes organizados mediante agencias de viajes, lo que representa una minoría significativa en comparación con los viajes independientes. Un pequeño porcentaje del 3.3% indicó tener preferencias por otro tipo de viaje, aunque esta categoría específica no fue detallada en la encuesta.

Este análisis revela que la mayoría de los encuestados valoran la flexibilidad y la autonomía que ofrece el viaje independiente, posiblemente buscando experiencias personalizadas y la libertad de explorar a su propio ritmo. En contraste, aquellos que optan por viajes organizados pueden apreciar la comodidad de contar con una agenda preestablecida y la guía de expertos durante su viaje. La existencia de un

pequeño grupo con preferencias distintas subraya la diversidad de necesidades y expectativas dentro del mercado de viajes, lo cual sugiere oportunidades para adaptar y diversificar las ofertas turísticas en respuesta a estas variadas preferencias.

En consecuencia, de manera general, se puede inferir que el perfil motivacional de los turistas internos se caracteriza por mujeres de mediana edad que disfrutan viajar, realizando entre 3 y 4 viajes anuales con una duración de estadía promedio de 2 días. Preferentemente viajan acompañadas de amigos y tienen un presupuesto diario que oscila entre 101 y 200 bolivianos. La principal motivación para sus viajes es el placer y la diversión, participando en actividades como la visita a atractivos turísticos, el ocio y el descanso, además de actividades de aventura. Durante sus viajes, estas personas suelen consumir servicios de alimentación, hospedaje y transporte, ya sea de manera conjunta o por separado. Mayoritariamente prefieren realizar sus viajes de forma independiente y utilizan la red social Facebook como principal fuente de información para la planificación y organización de sus viajes.

5.3. Perfil del turista interno de aventura (investigado).

FIGURA 28. Conoce qué es el Turismo de Aventura.



Fuente: Elaboración Propia.

Según los resultados de la encuesta, el 56% de los encuestados manifestaron conocimiento sobre el concepto de turismo de aventura, mientras que el 44% restante indicó no estar familiarizado con dicho término. Esta diferencia en percepciones sugiere un nivel de interés o al menos una cierta familiaridad entre la mayoría de los participantes con respecto al tema. En contraste, el grupo de personas que desconoce el turismo de aventura podría representar una oportunidad para desarrollar estrategias educativas o informativas dirigidas a este segmento específico del mercado. Es importante destacar

que el término abarca diversas modalidades y tipos de experiencias en entornos, lo cual puede influir en la percepción y la participación de los individuos en actividades turísticas de aventura.

FIGURA 29. Le gustaría realizar Turismo de Aventura.



Fuente: Elaboración propia.

Tras introducir el concepto de turismo de aventura a los participantes que desconocían su definición mediante un cuestionario, se identificó que el 95% de ellos expresaron interés en realizar este tipo de actividades en atractivos turísticos cercanos a la ciudad de La Paz, mientras que solo el 5% manifestó falta de interés en participar en dichas actividades. Estos hallazgos permiten realizar un análisis de intención, el cual, revela un marcado interés predominante entre la mayoría de los encuestados (Demanda potencial), con una minoría que muestra desinterés. Esta amplia aceptación del turismo de aventura entre los encuestados sugiere una oportunidad significativa y un mercado extenso y receptivo para operadores turísticos y empresas vinculadas con este sector en la región.

FIGURA 30. Qué entiende por Turismo de Aventura.



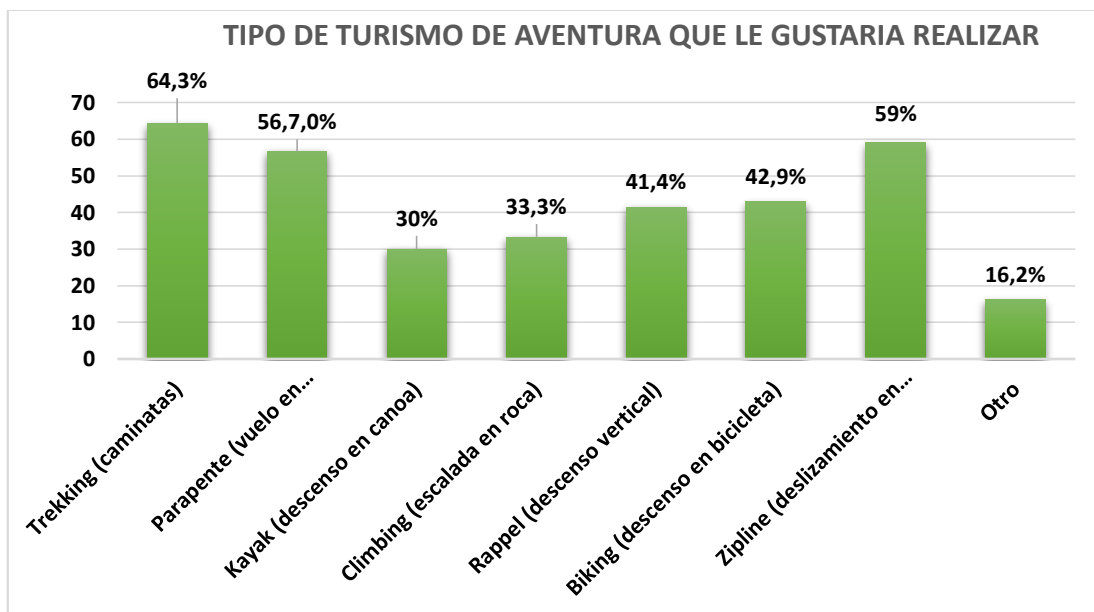
Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada y tras proporcionar la definición de turismo de aventura a los participantes, se encontró que, el 34% de ellos relacionan esta actividad con actividades que demandan esfuerzo físico. Por otro lado, el 29% de los encuestados asociaron el turismo de aventura con actividades al aire libre, mientras que el 20% lo vinculó directamente con el contacto con la naturaleza. Solamente el 17% de los encuestados relacionaron el turismo de aventura con la realización de deportes extremos.

Estos resultados revelan una diversidad significativa en las percepciones sobre las actividades asociadas con el turismo de aventura, destacándose el esfuerzo físico y las actividades al aire libre como las más comúnmente mencionadas. La alta proporción de personas que relacionan el turismo de aventura con el esfuerzo físico y el contacto directo con la naturaleza sugiere que estos aspectos son fundamentales en la concepción general de esta forma de turismo. Aunque el turismo de aventura puede incluir deportes extremos, como lo indica el 17% de los encuestados, esta asociación es menos prevalente en comparación con otras actividades más tradicionales.

Es importante destacar que el turismo de aventura, debido a sus múltiples variaciones, engloba todas las actividades mencionadas, lo cual refleja las preferencias y gustos del consumidor, así como el entorno en el que se desarrolla dicha actividad.

FIGURA 31. Qué tipo de Turismo de Aventura le gustaría realizar en atractivos turísticos cercanos a la ciudad de La Paz.



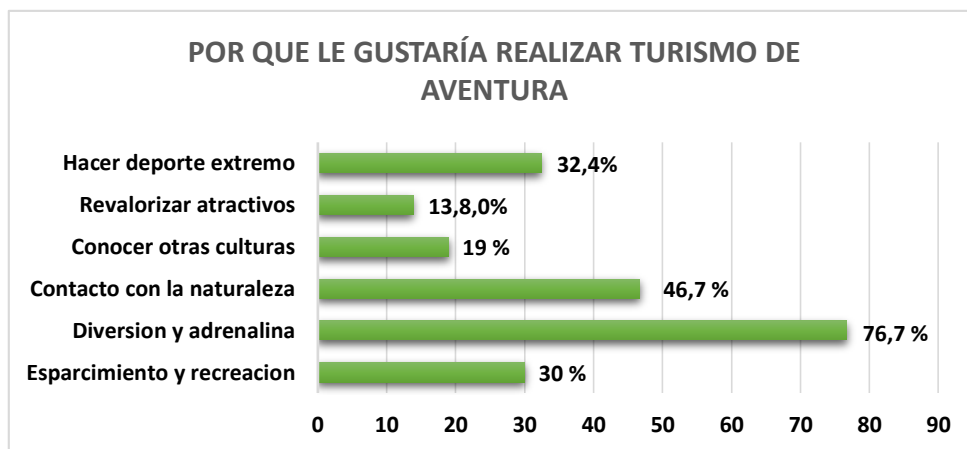
Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada, las tres actividades principales que los encuestados expresaron mayor interés en realizar son: Trekking con un 64.3%, seguido por Zipline con un 59%, y Parapente con un 56.7%. Además, se observó un interés significativo por otras actividades como Biking, mencionado por el 42.9% de los encuestados, Rappel (descenso en cuerda por roca) por el 41.4%, Climbing (escalada en roca o hielo) por el 33.3%, y Kayak (descenso en canoa por ríos) por el 30%. En contraste, solo el 15.5% de los encuestados manifestaron interés en otro tipo de turismo de aventura en los atractivos turísticos cercanos a la ciudad de La Paz, lo cual indica un interés relativamente bajo en comparación con las actividades más populares mencionadas anteriormente.

Estos resultados revelan que las actividades de Trekking, Zipline y Parapente emergen como las opciones más preferidas entre los encuestados, reflejando un interés sólido en experiencias de aventura que implican exploración activa y emocionante. Aunque actividades como Biking y Rappel también generan un interés considerable, otras como Climbing y Kayak muestran niveles de interés más moderados, lo que sugiere una diversidad en las preferencias de los encuestados.

Estos hallazgos son relevantes para la formulación de estrategias de desarrollo turístico enfocados en turismo de aventura, enfocándose en promover y facilitar las actividades más demandadas, al mismo tiempo que se exploran métodos para aumentar el interés en opciones menos populares. Es importante considerar que la dificultad y el nivel de conocimiento requeridos para cada actividad de turismo de aventura pueden influir significativamente en la elección de los turistas

FIGURA 32. Por qué le gustaría realizar Turismo de Aventura.



Fuente: Elaboración propia.

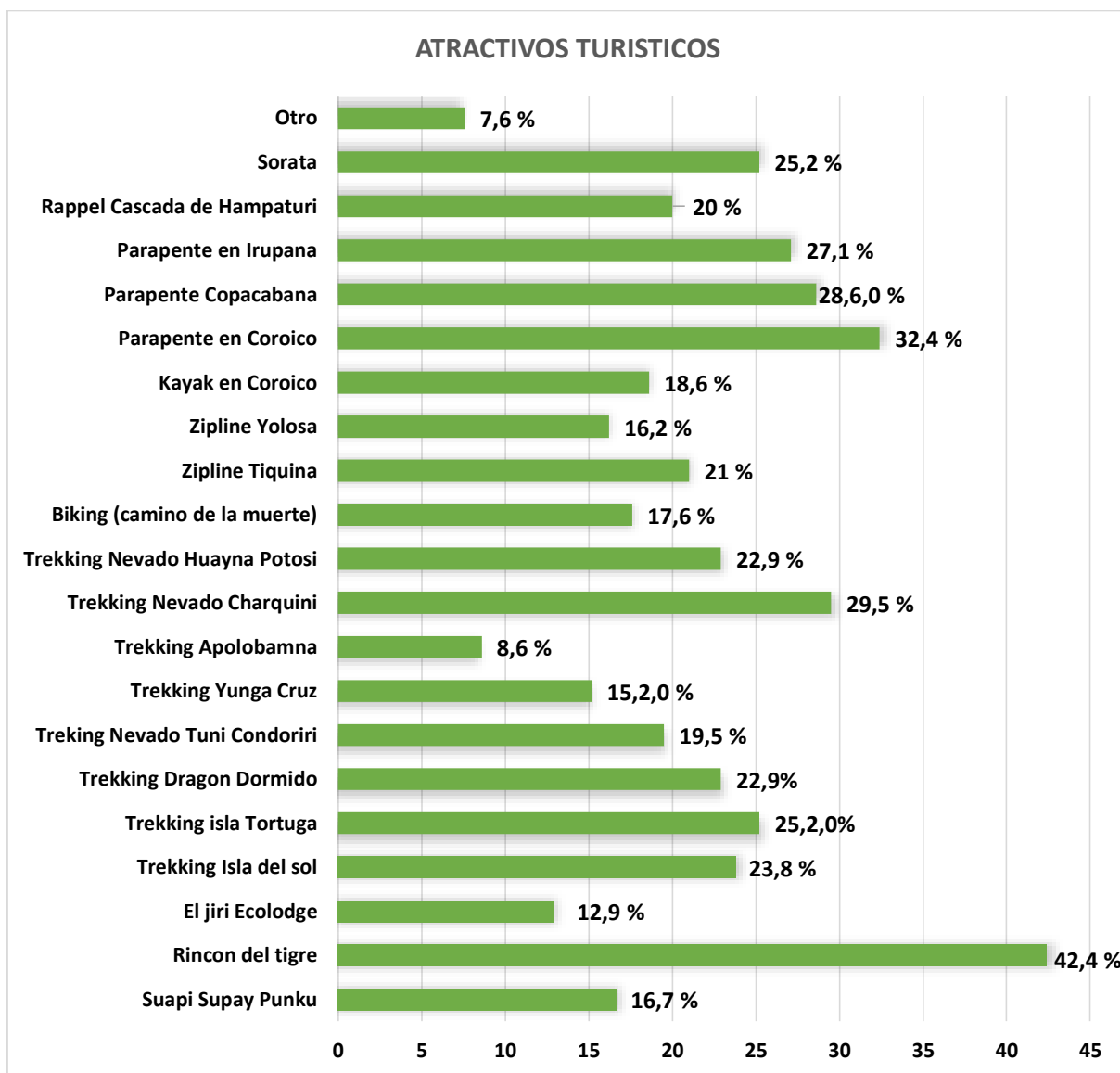
Según la encuesta realizada, el 76.1% de los encuestados indicaron que el motivo principal por el cual les gustaría realizar turismo de aventura es por diversión y adrenalina. Otros motivos mencionados incluyen el deseo de estar en contacto con la naturaleza, con un 46.7%, el interés en realizar deportes extremos con un 32.9%, y la búsqueda de esparcimiento y recreación con un 30%. Además, un 19% mencionó que estarían interesados en explorar otras culturas y en revalorizar atractivos turísticos.

Con estos datos se puede deducir que la diversión y la búsqueda de adrenalina son los principales motores para la mayoría de los turistas internos interesados en el turismo de aventura, representando un porcentaje significativamente alto (76.1%). Además, existe un fuerte interés por experiencias que involucran el contacto con la naturaleza (51.4%) y la práctica de deportes extremos (29.6%), lo que subraya la conexión profunda con el entorno natural y actividades desafiantes.

Aunque en menor medida, algunos turistas internos también ven el turismo de aventura como una oportunidad para conocer otras culturas (23.9%) y como una forma de esparcimiento y recreación (28.2%). Un segmento minoritario pero relevante considera esta actividad como una manera de revalorizar atractivos turísticos existentes (19%), lo que sugiere un interés en el desarrollo y conservación de lugares de interés turístico.

Es importante destacar que las motivaciones para participar en actividades de turismo de aventura pueden variar según el motivo principal, la actividad específica realizada y el entorno visitado. Como menciona Panoso en su libro "Turismo Alternativo": "En un mismo destino turístico pueden coexistir diferentes atractivos, lo que significa que los visitantes pueden inicialmente estar motivados por un objetivo principal, como visitar un atractivo turístico específico, pero terminar participando en actividades adicionales como la escalada de roca o interactuando con la población local, enriqueciendo así su experiencia turística".

FIGURA 33. Qué atractivos de aventura cercanos a la ciudad de La Paz le gustaría visitar.



Fuente: Elaboración propia..

Según la encuesta realizada, los atractivos de turismo de aventura preferidos por los encuestados son los siguientes:

El atractivo más mencionado fue Rincón del Tigre, con un 42.4% de los encuestados interesados en visitarlo. En segundo lugar esta la actividad de Parapente en Coroico con 32.4%, seguido por un 29.5% del trekking en el nevado de Charqini, seguido por un 28.6% del Parapente en Copacabana y el 27.1% del parapente en Irupana. Con porcentajes iguales estaria el treking a la isla tourtuga y la poblacion

de Sorata con 25.2%, le sigue el trekking a la isla del Sol con 23.8%. trekking al destino de Dragon dormido y trekking al nevado Huayna Potosi tambien fueron populares, ambos con 22.9%, seguido del Zipline en Tiquina con 21%, la actividad de Rapel en la Cascada de Hampaturi obtuvo un 20% .Otras actividades que no fueron muy populares son: Treking nevado de Tuni Condoriri con 19.5%, Kayak en Coroico 18.6%, el camino de la muerte con 17.6%, visita a Suapi Supay Punku 16.7%, Zipline en Yolosita 16.2% , trekking en Yunga Cruz 15.2%, El Jiri Ecolodge 12.9%, Treking en Apolobamba 8.6%. Solo un 7.6% indicó querer visitar otros atractivos turísticos donde se realice turismo de aventura, lo que sugiere que la mayoría de los encuestados prefieren los destinos y actividades más conocidos y promovidos.

Estos datos revelan patrones claros de preferencia entre los encuestados hacia ciertos destinos y actividades de turismo de aventura en la región estudiada. Cabe recalcar que estos atractivos son los más conocidos dentro y cerca de la ciudad de La Paz, y son constantemente ofertados dentro del sector turístico de aventura.

FIGURA 34. Conoce el grado de riesgo de las actividades de Turismo de Aventura.



Fuente: Elaboración propia.

Según los datos de la investigación, el 66% de las personas encuestadas indicaron no conocer el grado de riesgo asociado a las diferentes actividades de turismo de aventura. En contraste, solo el 34% de los encuestados afirmaron conocer el grado de riesgo. Este resultado sugiere una falta generalizada de información sobre los riesgos específicos que pueden estar involucrados en las actividades de aventura, lo cual puede influir en las decisiones de participación y en las percepciones de seguridad entre los turistas internos. Cabe aclarar que el nivel de riesgo varía según las diferentes actividades que se quieran realizar, siendo de riesgo bajo, medio o alto. También se debe tomar en cuenta el lugar

donde se va a realizar la actividad; claramente, cuando es en un entorno natural alejado de áreas pobladas, aumenta el nivel de riesgo. Además, se deben considerar otros factores como el clima, el terreno y la presencia de animales, entre otros. Por el contrario, la realización de actividades en lugares controlados como centros de escalada, específicamente diseñados para dicha actividad y con infraestructura adecuada, puede reducir significativamente los riesgos.

La discrepancia en el conocimiento del riesgo puede tener implicaciones significativas para la industria del turismo de aventura, subrayando la necesidad de una mayor educación y divulgación sobre los riesgos inherentes a cada actividad. Esto podría mejorar la seguridad de los turistas y fomentar una participación más informada y consciente en estas experiencias dentro de la oferta turística de la ciudad de La Paz.

FIGURA 35. Conoce el equipo necesario para realizar el Turismo de Aventura.



Fuente: Elaboración Propia.

Según la encuesta realizada, el 55% de las personas encuestadas indicaron no conocer el equipo necesario para realizar las diferentes actividades de turismo de aventura. En contraste, el 45% de los encuestados afirmaron conocer dichos equipos. Este resultado revela una falta extendida de conocimiento sobre los elementos necesarios para participar de manera segura en actividades de aventura.

Los equipos necesarios para las diversas actividades pueden variar en tamaño, peso y cantidad. Por ejemplo, mientras que el cañoning en un río requiere salvavidas y un bote, el Zipline exige un arnés, casco y guantes. Además, es fundamental que los guías especializados dispongan de un botiquín de

primeros auxilios para enfrentar cualquier contratiempo durante la prestación de este tipo de servicios turísticos.

La falta de conocimiento sobre el equipo adecuado puede tener consecuencias importantes, dado que el uso correcto de equipos específicos es crucial para la seguridad y el disfrute de las actividades de turismo de aventura. Esto resalta la necesidad imperante de mejorar la educación y la información disponible para los potenciales participantes, garantizando que estén bien informados acerca de los requisitos y precauciones necesarios antes de embarcarse en estas experiencias.

FIGURA 36. Cree que los servicios de Turismo de Aventura que se ofertan en la ciudad de La Paz son seguros.



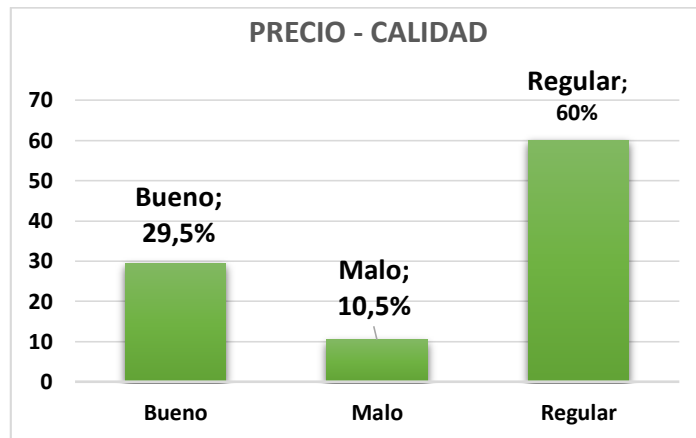
Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada la perspectiva en cuanto a la seguridad que tienen los turistas internos con respecto a los servicios de turismo de aventura que se ofrece en la ciudad de La Paz, son: el 51% de las personas encuestadas indicaron que no consideran seguros ciertos aspectos relacionados con las actividades de turismo de aventura. En contraste, solo el 49% de los encuestados afirmaron que sí perciben estos aspectos como seguros. Este resultado sugiere una percepción predominantemente negativa en cuanto a la seguridad de las actividades de aventura entre los encuestados.

Esta discrepancia en la percepción de seguridad puede tener implicaciones significativas para el turismo de aventura, ya que una percepción negativa podría disuadir a potenciales participantes (turistas internos) de involucrarse en estas actividades. Por lo tanto, es crucial que los operadores turísticos y las autoridades competentes trabajen para mejorar tanto la seguridad real como la percibida en estas experiencias. Esto se puede lograr mediante la implementación de estándares rigurosos y la

comunicación efectiva de las medidas de seguridad adoptadas. Mejorar la percepción de seguridad no solo aumentará la confianza de los turistas, sino que también fomentará un crecimiento sostenible en el turismo de aventura.

FIGURA 37. Relación precio calidad de las actividades de Turismo de Aventura.



Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada sobre el precio y la calidad de los servicios de aventura en la ciudad de La Paz, el 60% de las personas encuestadas indicaron que consideran regular tanto el servicio como el precio ofrecido en los servicios de turismo de aventura. Por otro lado, el 29.5% de los encuestados opinaron que estos servicios son buenos, mientras que solo el 10.5% expresaron que son malos.

Estos resultados sugieren que una mayoría considerable de los encuestados tienen una percepción neutral o moderadamente positiva sobre la calidad y el costo de los servicios de turismo de aventura. Sin embargo, la proporción de aquellos que consideran los servicios como malos también es significativa, lo que indica áreas de mejora en la oferta actual del turismo.

Esto demuestra que aunque las empresas de turismo ofrecen servicios con precios estándar, el servicio ofrecido no siempre satisface al cliente en su mayoría, lo cual afecta negativamente su percepción y experiencia general. Es crucial ajustar estrategias para mejorar la satisfacción del cliente, lo que podría incluir mejoras en la calidad del servicio, ajustes en la fijación de precios para ofrecer mejor valor percibido y una comunicación más clara sobre los beneficios y características de los servicios de turismo de aventura.

FIGURA 38. Anteriormente realizó Turismo de Aventura.



Fuente: Elaboración Propia.

Según la encuesta realizada, el 48% de las personas encuestadas indicaron haber realizado turismo de aventura anteriormente, mientras que el 52% restante señaló no haberlo hecho antes por alguna razón específica.

Estos resultados muestran una división cercana entre aquellos que han experimentado el turismo de aventura y los que aún no lo han hecho. Es crucial explorar las razones por las cuales el 52% de las personas no han participado en estas actividades, ya que podría revelar barreras significativas como percepciones de riesgo, falta de conocimiento sobre las opciones disponibles, limitaciones físicas o financieras, entre otras posibles razones. Para el turismo de aventura, entender estas barreras es fundamental para diseñar estrategias que fomenten una mayor participación y satisfacción entre los potenciales turistas internos.

El 52% de las personas que no han realizado turismo de aventura representan un segmento clave que debe ser captado como potencial consumidor, como se menciona en el párrafo 4.3.2. Es notable que el 95% de las personas expresaron interés en participar en turismo de aventura, lo cual subraya la importancia de dirigir esfuerzos para atraer a este porcentaje significativo. Implementar actividades atractivas y adecuadas puede no solo satisfacer la demanda de estos potenciales turistas, sino también prolongar su estadía en el destino, contribuyendo así a un turismo más eficiente y rentable.

FIGURA 39. Recomendaría la actividad de Turismo de Aventura.

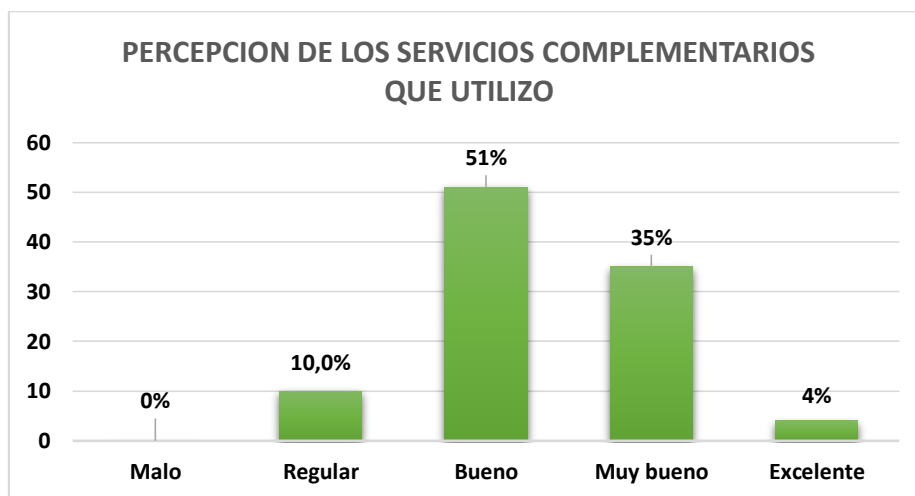


Fuente: Elaboración propia.

De la encuesta realizada a solo los turistas nacionales que con anterioridad realizaron turismo de aventura, el 80% de los participantes encuestados indicaron que recomendarían la actividad de turismo de aventura que realizaron. En contraste, el 19% expresó una postura menos definitiva, mencionando que tal vez recomendarían realizarla. Solamente el 1% de los encuestados indicó que no recomendaría realizar la actividad de turismo de aventura.

Estos resultados reflejan una alta satisfacción general entre los participantes con respecto a las actividades de turismo de aventura. El hecho de que el 80% esté dispuesto a recomendar la experiencia sugiere que la mayoría tuvo una experiencia positiva y gratificante, entendiéndose por el hecho de satisfacción de la actividad realizada. Por otro lado, el 19% que señaló una recomendación potencial indica una oportunidad para mejorar y asegurar que más participantes se conviertan en promotores activos de estas actividades. La baja proporción del 1% que no recomendaría la actividad subraya la importancia de abordar cualquier preocupación específica que pueda surgir, aunque representa una minoría en términos generales.

FIGURA 40. Percepción de los servicios complementarios.



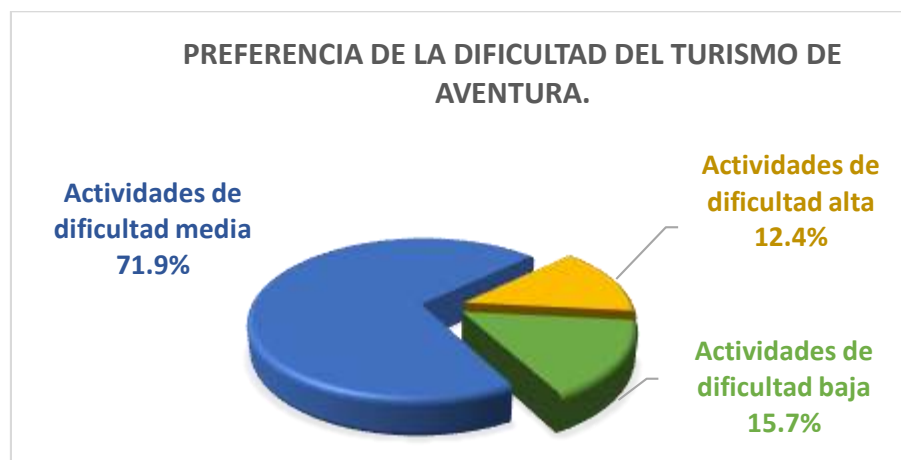
Fuente: Elaboración propia..

En la muestra analizada de personas que previamente han participado en turismo de aventura, se observó que consumieron servicios complementarios como alojamiento, alimentación, transporte y guía durante su experiencia en estos atractivos turísticos. Más de la mitad de los participantes, específicamente el 51%, calificaron estos servicios complementarios como buenos. Un 35% de los encuestados los consideraron muy buenos, mientras que un 10% los percibieron como regulares. Solo un 4% expresó que los servicios fueron excelentes.

Estos resultados reflejan una percepción generalmente positiva hacia los servicios complementarios ofrecidos en el contexto del turismo de aventura. El hecho de que el 86% (51% + 35%) de los encuestados califique estos servicios como buenos o muy buenos sugiere un nivel de satisfacción satisfactorio en términos generales. Sin embargo, la presencia de un 10% que los califica como regulares y solo un 4% que los considera excelentes indica áreas específicas que podrían beneficiarse de mejoras.

Es importante destacar que esta evaluación se refiere a servicios comunes que se encuentran en todos los atractivos turísticos, especialmente en el contexto del turismo de aventura en cualquiera de sus modalidades. Mejorar la calidad y la consistencia de estos servicios podría fortalecer aún más la satisfacción del cliente y promover una experiencia turística más integral y positiva.

FIGURA 41. Preferencia según dificultad del Turismo de Aventura.



Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada sobre las preferencias de dificultad en el turismo de aventura entre los turistas internacionales, el 71.9% indicó preferir actividades de dificultad media. Esto sugiere que la mayoría busca experiencias que presenten un desafío moderado pero manejable. Por otro lado, el 15.7% expresó preferencia por actividades de dificultad alta, lo que refleja un interés significativo en experiencias más desafiantes y exigentes. En contraste, solo el 12.4% manifestó preferencia por actividades de dificultad baja, indicando un interés relativamente menor en actividades menos exigentes o menos desafiantes.

La predominancia de la dificultad media puede atribuirse a la motivación principal de los turistas, que es buscar diversión y adrenalina en sus viajes. Las actividades de este tipo proporcionan emociones fuertes en un entorno controlado y seguro, con un nivel adecuado de esfuerzo físico. La ejecución segura de estas actividades depende en gran medida del personal guía, quienes deben liderar y supervisar para asegurar que todo transcurra según lo planificado y se minimice cualquier riesgo asociado. Esto subraya la importancia de un conocimiento exacto por parte de los guías y de una capacitación continua y especializada para garantizar la seguridad y la satisfacción de los participantes en el turismo de aventura.

FIGURA 42. Preferencia según el entorno natural de Turismo de Aventura.



Fuente: Elaboración Propia.

Según el entorno natural y las preferencias de los encuestados hacia diversas actividades de turismo de aventura, se observa que el 51% expresó preferencia por actividades terrestres como el trekking y caminatas. Esta categoría involucra exploraciones a pie en entornos naturales, proporcionando experiencias directas con la naturaleza y paisajes diversos. Por otro lado, el 38% manifestó interés en actividades aéreas como el parapente y el vuelo en paracaídas, las cuales ofrecen emociones intensas al permitir a los participantes volar y disfrutar de vistas panorámicas desde el cielo, atractivo para quienes buscan adrenalina y perspectivas únicas. En contraste, solo el 11% mostró preferencia por actividades acuáticas como el kayak y el descenso en canoa, destacándose por la exploración de ríos, lagos o mares y los desafíos que conllevan las actividades en el agua.

Al igual que su preferencia por dificultad dichas actividades, especialmente las terrestres, está condicionada por la capacidad y conocimiento del guía, lo que influye significativamente en la experiencia del turismo de aventura. Estos resultados sugieren que las empresas operadoras de turismo y destinos turísticos podrían beneficiarse al centrar sus ofertas y promociones en las actividades más demandadas, al tiempo que diversifican sus opciones para satisfacer una amplia gama de preferencias e intereses entre los turistas internos aficionados a la aventura.

FIGURA 43. Tipo de turismo preferible para realizar dentro de la ciudad de La Paz.



Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada, el tipo de turismo preferido por el turista interno de la ciudad de La Paz varía significativamente: el 55% de los encuestados indicaron que prefieren realizar turismo de aventura. Esta categoría abarca actividades emocionantes como el trekking, el parapente, el rafting, entre otras, que permiten a los turistas interactuar con entornos naturales desafiantes y experimentar actividades llenas de adrenalina. El 19% mostró preferencia por el turismo gastronómico, lo que implica disfrutar y explorar la cultura culinaria local de un destino, incluyendo la degustación de platos tradicionales y visitas a mercados locales y restaurantes destacados. Por otro lado, el 16% optó por el ecoturismo, una forma de turismo responsable que promueve la conservación del medio ambiente y la biodiversidad, atrayendo a quienes buscan experiencias en entornos naturales preservados y desean aprender sobre la flora, fauna y sostenibilidad ambiental. Además, el 7% expresó interés en el turismo rural, que ofrece la oportunidad de experimentar la vida y las tradiciones de las comunidades locales en áreas rurales, destacando por su autenticidad cultural y conexión directa con la vida rural. Finalmente, solo el 3% indicó preferir otro tipo de turismo, que podría incluir diversas categorías como turismo cultural, histórico o de compras.

Estos datos reflejan una diversidad de intereses entre los encuestados, mostrando una preferencia notable por el turismo de aventura seguido por el turismo gastronómico y el ecoturismo. Es importante mencionar que estos tipos de turismo son ampliamente ofrecidos tanto en la ciudad de La Paz como en sus alrededores y atractivos cercanos, lo que subraya su relevancia y popularidad dentro de los turistas internos.

FIGURA 44. Tipo preferible de viaje de Turismo de Aventura.



Fuente: Elaboración propia.

Según los datos de la encuesta, el 71% de las personas encuestadas prefieren optar por un turismo organizado, lo cual indica una clara preferencia por paquetes o servicios completos ofrecidos por agencias u operadores turísticos. Esta elección se fundamenta probablemente en la conveniencia, la seguridad percibida y la garantía de una experiencia bien planificada y coordinada. Este tipo de servicio incluiría, según el caso, alimentación, transporte y hospedaje en viajes de más de un día, o solo transporte y alimentación para viajes de un día o menos.

Por otro lado, el 22.9% de los encuestados prefieren adquirir los servicios de turismo de aventura de manera individual, es decir, llegar directamente a los atractivos turísticos o destinos y explorar por su cuenta, adquiriendo entradas u otros servicios de manera independiente. Esto podría reflejar una preferencia por la flexibilidad y la personalización de la experiencia turística.

Solo el 2.6% de las personas respondieron adquirir los servicios de otra forma, lo que podría implicar métodos menos convencionales o específicos que no encajan claramente en las categorías de turismo organizado o individual. Estos resultados subrayan la diversidad en las preferencias de los consumidores en términos de cómo desean acceder y experimentar el turismo de aventura, lo cual resalta la importancia de ofrecer opciones variadas que satisfagan diversas necesidades y expectativas del mercado turístico de aventura y de los turistas internos.

FIGURA 45. Inversión en viaje de Turismo de Aventura.



Fuente: Elaboración propia..

Según la encuesta realizada, existe una distribución variada en cuanto a la inversión diaria por persona que los encuestados están dispuestos a realizar en viajes de turismo de aventura.

El 39% de las personas indicaron estar dispuestas a invertir entre Bs 101 y 200 diarios. Este grupo representa la mayoría de los encuestados y sugiere una preferencia por opciones de costo moderado en sus experiencias de turismo de aventura. Por otro lado, el 33% de los encuestados expresó su disposición a invertir entre Bs 201 y 300 diarios. Esta cifra muestra un segmento significativo que está dispuesto a gastar un poco más en sus viajes de aventura, posiblemente buscando experiencias más completas o de mayor duración. el 16% indicó que estaría dispuesto a invertir más de Bs 301 diarios. Esta minoría muestra una disposición a realizar inversiones más altas, lo que podría reflejar una preferencia por servicios de mayor calidad, actividades exclusivas o destinos más exclusivos y menos accesibles. Por último, solo el 12% de los encuestados manifestó que invertiría menos de Bs 100 diarios. Esta minoría indica una preferencia por opciones de bajo costo en sus viajes de aventura, posiblemente motivados por restricciones presupuestarias o una preferencia por experiencias más económicas.

Al analizar a los encuestados, esta variación puede atribuirse a varias razones. En primer lugar, la oferta predominante en turismo de aventura suele limitarse a experiencias de 1 día o menos, lo que conlleva a un servicio que puede ser percibido como básico o limitado, incluyendo en algunos casos únicamente transporte y entradas, dejando al pasajero a cargo de otros gastos adicionales. Además, se observa la presencia de competencia desleal en el mercado, donde algunos proveedores ofrecen servicios a precios más bajos para atraer a más clientes, Esta práctica puede impactar negativamente

en la percepción general de los servicios de turismo de aventura, afectando la satisfacción del cliente y la reputación del sector en su conjunto.

FIGURA 46. Tiempo de estadía en Turismo de Aventura.



Fuente: Elaboración propia .

Según la encuesta realizada, se observa una variedad notable en la duración de la estadía de los visitantes en destinos de turismo de aventura. Un 41,4% de los encuestados eligen permanecer 2 días en el destino, lo que sugiere una preferencia por estadías cortas pero sustanciales. Esto podría reflejar un interés en experimentar diversas actividades de aventura en un período relativamente concentrado.

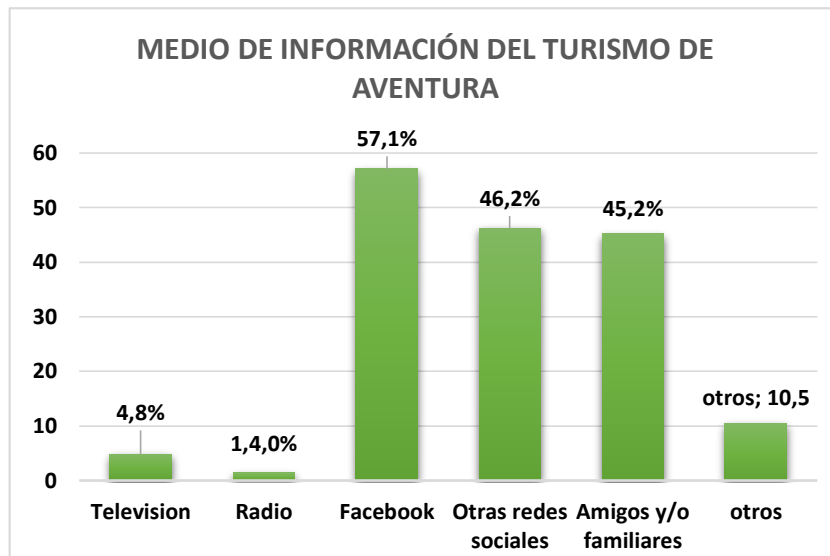
Por otro lado, el 23,8% de los participantes prefieren quedarse 1 día, indicando una proporción considerable que opta por turismo de un solo día o excursiones de "Full day", probablemente centradas en una actividad principal durante su visita.

El 18,6% de los encuestados expresó su preferencia por una estadía de 3 días, lo cual indica un interés en prolongar la experiencia de turismo de aventura para explorar más actividades o disfrutar de un tiempo adicional en el destino.

Un 10% indicó que su estadía sería de menos de 1 día, sugiriendo una búsqueda de actividades de turismo de aventura de corta duración o excursiones breves en el destino.

Finalmente, solo el 6,2% de los encuestados planea quedarse más de 4 días en el destino. Esta cifra puede interpretarse como una preferencia por estadías prolongadas para explorar múltiples actividades de aventura o para sumergirse más profundamente en la cultura y el entorno del lugar

FIGURA 47. Medio de información de Turismo de Aventura.



Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada, se observa que la mayoría de las personas utilizan diferentes plataformas para buscar información sobre turismo de aventura. El 57.1% de los encuestados prefieren obtener información a través de la red social Facebook, lo que sugiere que esta plataforma es la más popular para acceder a detalles sobre destinos y actividades de aventura.

Por otro lado, un 46.2% utiliza otras redes sociales como TikTok e Instagram para buscar información relacionada con el turismo de aventura, indicando una creciente influencia de estas plataformas en la toma de decisiones de viaje.

El 45.2% de los encuestados mencionaron que obtienen información sobre destinos de turismo de aventura a través de amigos y/o familiares, lo que subraya la importancia del boca a boca y las recomendaciones personales en este sector.

Por lo contrario, solo el 10.5% de las personas prefieren buscar información a través de otros medios como ventas directas desde agencias de viajes u otros puntos de venta físicos.

Finalmente, el 4.8% y el 1.4% de los encuestados se informan a través de televisión y radio, respectivamente, lo que sugiere que estos medios tradicionales tienen una influencia limitada en comparación con las plataformas digitales y las recomendaciones personales.

Estos resultados resaltan la diversidad de canales utilizados por los consumidores para obtener información sobre turismo de aventura, destacando la importancia de una estrategia integral de marketing digital y relaciones públicas para captar y mantener la atención de la demanda potencial interna en estas actividades de turismo de aventura.

FIGURA 48. Volvería a realizar Turismo de Aventura en La Paz.



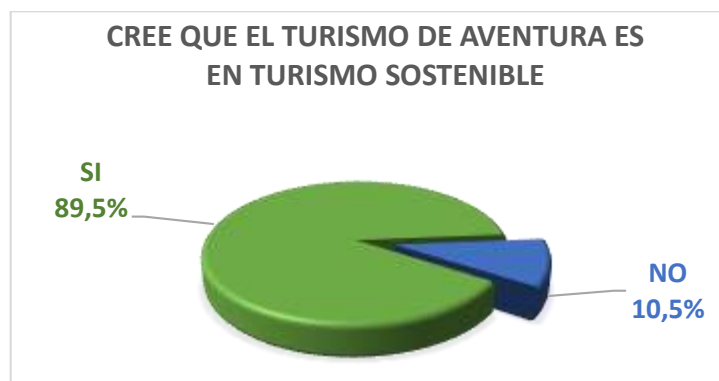
Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada, 88.6% de los encuestados manifestando su intención de volver a realizar turismo de aventura en diversas modalidades cerca de la ciudad de La Paz, se evidencia un alto nivel de satisfacción y disfrute previos con este tipo de actividades. Este porcentaje refleja un interés continuo y potencial de repetición en experiencias que implican desafíos y emociones.

Por otro lado, el 11.4% que indicó que no volvería a realizar turismo de aventura señala una minoría significativa pero notable. Las razones detrás de esta decisión podrían estar relacionadas con experiencias previas negativas, preocupaciones sobre la seguridad, preferencias por otros tipos de actividades o simplemente falta de interés en actividades de aventura en general.

En términos de gestión y desarrollo turístico, estos resultados sugieren la importancia de mantener y mejorar la calidad de los servicios ofrecidos en destinos de turismo de aventura cercanos a La Paz. Además, es crucial monitorear y abordar las preocupaciones y preferencias de aquellos que optan por no repetir la experiencia, con el objetivo de mejorar la satisfacción general del cliente y fomentar una mayor participación en actividades de turismo de aventura.

FIGURA 49. Cree que el Turismo de Aventura es un turismo sostenible.



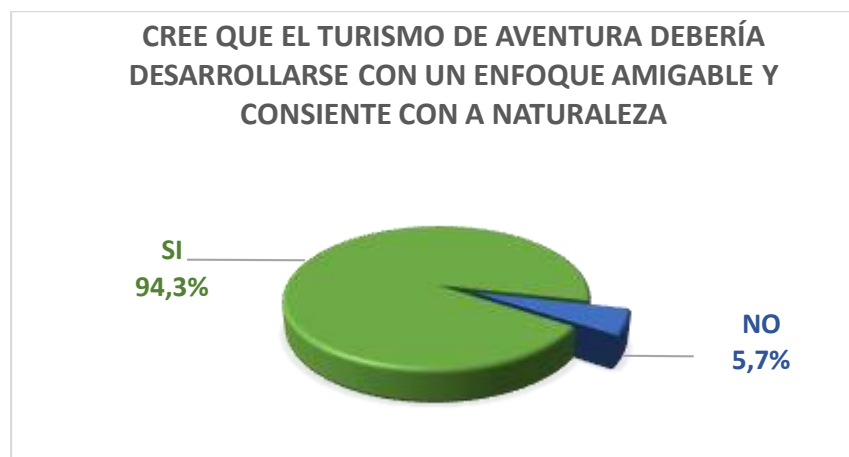
Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada, 89.5% de las personas encuestadas expresando que consideran el turismo de aventura realizado en grupos reducidos como sostenible, se refleja un reconocimiento generalizado de los beneficios ambientales y sociales asociados con esta actividad. Este alto porcentaje sugiere que los encuestados valoran la capacidad del turismo de aventura para minimizar impactos negativos en el entorno natural y cultural, así como para contribuir al desarrollo local de manera responsable y respetuosa.

Por otro lado, el 10.5% que indicó que el turismo de aventura no es sostenible podría tener preocupaciones específicas sobre la gestión ambiental y cultural de estas actividades. Sus opiniones podrían reflejar inquietudes sobre la preservación del entorno natural, el uso adecuado de recursos locales o el impacto en las comunidades anfitrionas. Estas preocupaciones son importantes para considerar en la planificación y ejecución de actividades de turismo de aventura, especialmente en términos de educación ambiental, prácticas de gestión adecuadas y compromiso con la sostenibilidad a largo plazo.

En conclusión, los altos niveles de percepción positiva hacia el turismo de aventura como una práctica sostenible son alentadores y sugieren oportunidades significativas para promover y desarrollar esta forma de turismo en destinos cercanos a La Paz. Sin embargo, es esencial abordar las preocupaciones y desafíos identificados por aquellos que no consideran que el turismo de aventura sea sostenible, para garantizar un equilibrio adecuado entre el desarrollo turístico y la conservación del patrimonio natural y cultural.

FIGURA 50. Cree que el Turismo de Aventura debería desarrollarse con un enfoque más amigable y consiente con la naturaleza.



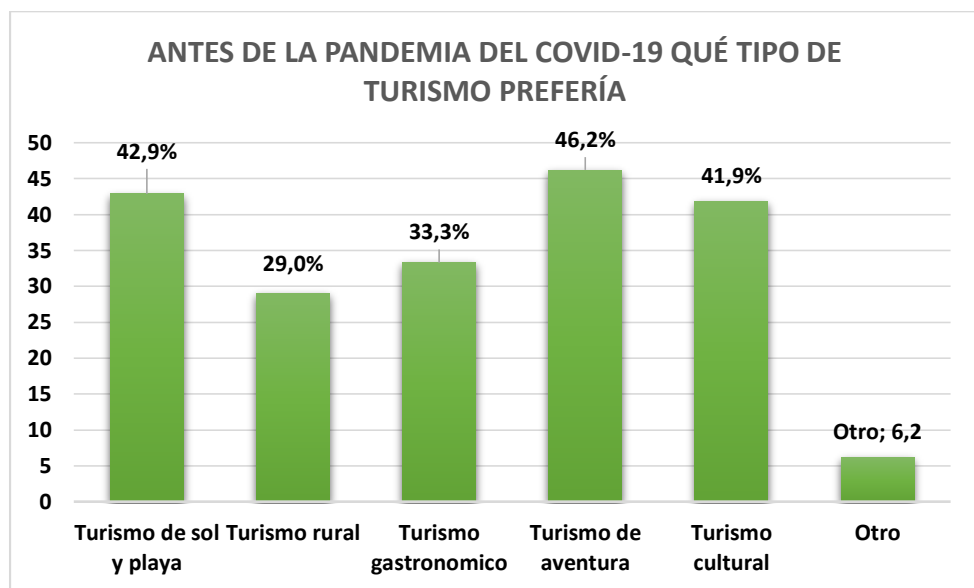
Fuente: Elaboración propia .

Según los resultados de la encuesta, el 94.3% de las personas encuestadas expresaron la opinión de que el turismo debería desarrollarse con un enfoque más consciente y amigable con la naturaleza. Este alto porcentaje indica un fuerte apoyo hacia prácticas turísticas que respeten y protejan el entorno natural. Además, se destaca que estas personas consideran favorable el desarrollo del turismo de aventura, destacando sus características principales como parte de esta visión sostenible.

En contraste, solo el 5.7% de los encuestados indicaron que no se debería desarrollar el turismo de esta manera. Este grupo minoritario podría tener preocupaciones sobre el impacto ambiental o cultural del turismo de aventura, sugiriendo una posible falta de apoyo hacia prácticas turísticas que priorizan la sostenibilidad y el cuidado del entorno.

Estos resultados subrayan la importancia de promover prácticas turísticas responsables y sostenibles, alineadas con las expectativas y valores de la mayoría de los encuestados. Es fundamental considerar estas preferencias y opiniones en la planificación y gestión del turismo, para asegurar un equilibrio adecuado entre el desarrollo económico y la conservación del patrimonio natural y cultural en los destinos turísticos.

FIGURA 51. Antes de la pandemia del COVID-19, qué tipo de turismo prefería.



Fuente: Elaboración propia..

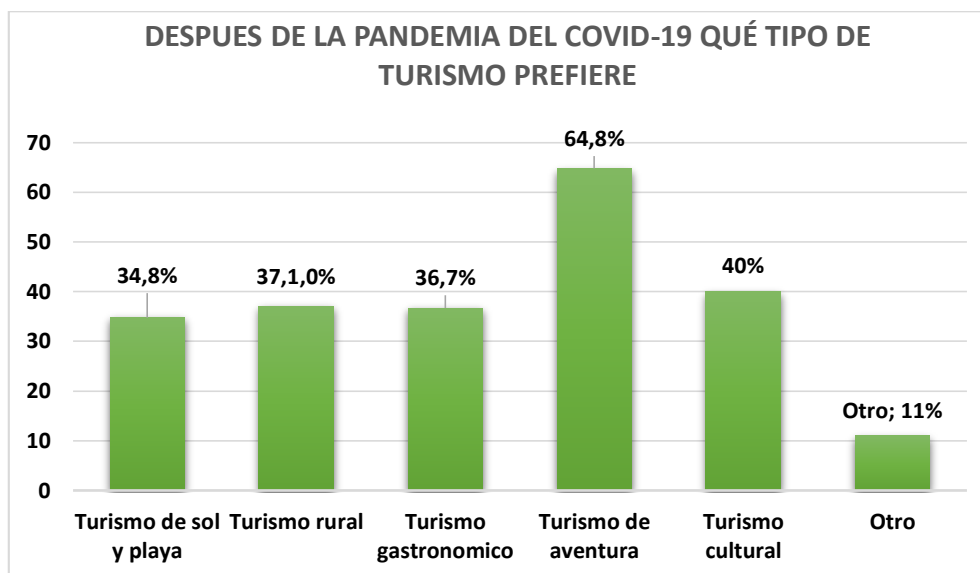
Según los datos recogidos de los encuestados antes de la pandemia del COVID-19, se observa una variedad significativa en las preferencias de turismo entre los turistas internos. El 46% de los encuestados indicó preferir el turismo de aventura, destacando un interés particular por actividades emocionantes y desafiantes en entornos naturales o específicos. Por otro lado, el 42% expresó su preferencia por el turismo de sol y playa, revelando un interés en destinos costeros y actividades relacionadas con la playa y el mar.

Asimismo, el 41% de los encuestados mostró interés en el turismo cultural, lo que implica una inclinación por visitar destinos que ofrecen una rica historia, arquitectura y cultura local. El turismo gastronómico atrajo al 33% de los encuestados, quienes prefieren explorar destinos conocidos por su gastronomía local única y tradicional.

Además, el 29% de los encuestados manifestó interés en el turismo rural, indicando una preferencia por destinos ubicados fuera de las áreas urbanas principales, donde pueden experimentar la vida rural y disfrutar de la tranquilidad del entorno natural.

Por último, solo el 6.2% expresó preferencia por otro tipo de turismo no especificado en las categorías anteriores, lo que podría incluir modalidades menos comunes o específicas de turismo.

FIGURA 52. Después de la pandemia del COVID 19, qué tipo de turismo prefiere.



Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada después de la pandemia del COVID-19, los encuestados mostraron preferencia por diferentes tipos de turismo. En su mayoría, el 64.8% de las personas optaron por visitar destinos turísticos de aventura, destacando un interés continuo en actividades que ofrecen desafíos y experiencias emocionantes en entornos naturales.

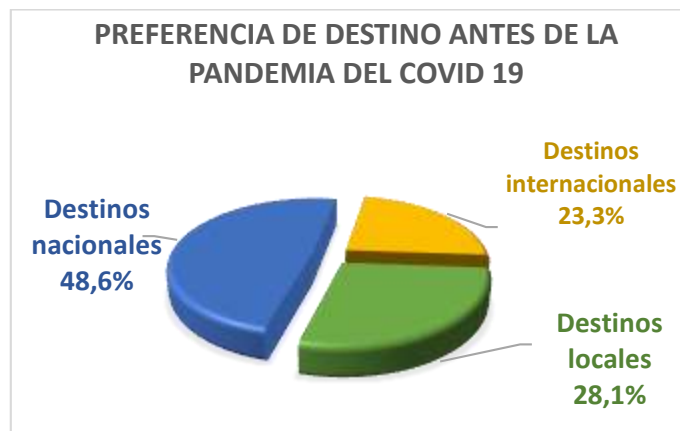
Además, el 40% de los encuestados manifestó un interés primordial por el turismo cultural, lo cual refleja una inclinación por destinos que ofrecen una riqueza significativa en términos históricos, arquitectónicos y culturales. Por su parte, el 37.1% expresó preferencia por el turismo rural, buscando la tranquilidad y naturaleza que ofrecen destinos fuera de las áreas urbanas principales.

El turismo gastronómico también se posicionó como una opción popular, con el 36.7% de los encuestados mostrando interés en explorar destinos conocidos por su gastronomía local única y tradicional. Por otro lado, el turismo de sol y playa atrajo al 34.8% de los encuestados, indicando un fuerte interés en destinos costeros.

Finalmente, el 11% expresó preferencia por otro tipo de turismo no especificado en las categorías anteriores, lo que sugiere una variedad de intereses adicionales que podrían incluir modalidades menos comunes o específicas de turismo según las preferencias individuales de los encuestados.

Es importante destacar que hubo una diferencia notable en las preferencias de tipos de turismo antes y después de la pandemia del COVID-19. Mientras que el turismo de aventura mantuvo una demanda constante en ambas temporadas, el turismo rural y de sol y playa experimentaron una disminución considerable debido a las restricciones impuestas por la pandemia. Esto subraya la importancia de diversificar las ofertas turísticas para satisfacer las variadas motivaciones y expectativas de los viajeros en diferentes contextos y condiciones

FIGURA 53. Preferencia de destino antes de la pandemia del COVID 19.



Fuente: Elaboración propia .

Según la encuesta realizada y para conocer cuáles eran las preferencias del destino de viaje antes de la pandemia del COVID 19, El 48.6% de los encuestados manifestaron una preferencia por viajar a destinos turísticos nacionales. Esta cifra indica un fuerte interés en explorar y disfrutar de los diversos lugares y atracciones dentro de su propio país. Por otro lado, el 28.1% de los turistas internos expresaron una preferencia por destinos locales. Esto sugiere que muchos están optando por viajar a lugares cercanos a sus hogares, posiblemente debido a comodidad o la conveniencia de escapadas cortas. En contraste, solo el 23.3% de los encuestados indicaron una preferencia por destinos internacionales.

FIGURA 54. Preferencia de destino después de la pandemia del COVID 19.



Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada, los turistas internos después de la pandemia del COVID-19 muestran claras preferencias en cuanto a los destinos de viaje:

En primer lugar, el 57.6% de las personas encuestadas indicaron una preferencia por destinos nacionales. Esta cifra refleja un significativo interés en explorar diferentes regiones dentro de su propio país. En segundo lugar, el 27.6% de los encuestados expresaron preferencia por destinos internacionales. Aunque menor que los destinos nacionales, este porcentaje indica un notable interés en viajar fuera del país. En tercer lugar, solo el 14.8% de las personas prefirieron el turismo local. Esto implica una inclinación por viajar a destinos cercanos a su lugar de residencia, sugiriendo una menor disposición para aventurarse a nuevas localidades dentro de su propio país.

Se observa un ligero incremento en la preferencia por destinos nacionales, así como un aumento en los destinos internacionales. En contraste, existe una disminución en la preferencia por el turismo local en comparación con el periodo previo a la pandemia del COVID-19. Este cambio podría atribuirse a factores como el deseo de explorar nuevos entornos después del confinamiento, así como estrategias de marketing que promueven costos más accesibles y opciones económicas para incentivar el turismo post-pandemia.

FIGURA 55. Cree que aumentó el Turismo de Aventura tras la pandemia del COVID-19



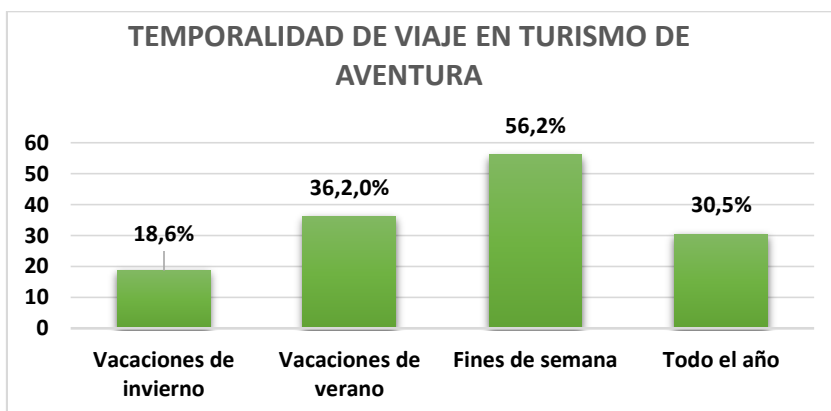
Fuente: Elaboración propia.

Según los resultados de la encuesta, el 62% de las personas encuestadas consideran que después de la pandemia del COVID-19, ha aumentado el número de viajes de turismo de aventura en la ciudad de La Paz. Este porcentaje indica una percepción mayoritaria entre los encuestados respecto al incremento de la práctica de este tipo de turismo en la región.

Por otro lado, el 38% de las personas expresaron que no creen que se haya incrementado el consumo de turismo de aventura. Esta cifra representa una opinión minoritaria dentro del grupo encuestado, sugiriendo que algunos individuos no perciben un aumento significativo en la popularidad o la realización de actividades de aventura tras la pandemia.

La percepción positiva podría estar influenciada por varios factores, como el aumento del interés por experiencias al aire libre y actividades individuales después de periodos prolongados de restricciones. Además, la activa promoción de destinos y servicios turísticos locales también puede haber contribuido a esta percepción positiva. Por otro lado, aquellos que no perciben un aumento pueden basar su opinión en la falta de evidencia clara o en experiencias personales que no reflejen un cambio notable en la actividad turística de aventura.

FIGURA 56. Temporalidad de preferencia de viaje en Turismo de Aventura.



Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta realizada, las preferencias de las personas respecto al momento en que prefieren realizar turismo de aventura en la ciudad de La Paz, son diversas. En primer lugar, el 56,2% indica que prefieren llevar a cabo estas actividades durante los fines de semana. Esto sugiere que muchas personas eligen aprovechar los días libres para buscar experiencias de aventura cercanas.

El 36,2% de los encuestados prefiere realizar turismo de aventura durante la temporada de verano, específicamente durante las vacaciones de fin de año en Bolivia. Esto podría deberse a que el clima es más cálido y seco en estas fechas, facilitando la práctica de actividades al aire libre y en entornos naturales.

Por otro lado, el 30,5% muestra una preferencia por realizar turismo de aventura durante todo el año. Esta tendencia refleja un interés constante en estas actividades sin depender de temporadas específicas.

Por último, el 18,6% prefiere realizar turismo de aventura durante la temporada de invierno, que en Bolivia coincide con las vacaciones de invierno en junio y julio. A pesar de las condiciones climáticas más frías, esta opción puede atraer a aquellos que disfrutan de actividades específicas de invierno como el esquí, el snowboard u otras actividades en la nieve.

En conclusión, estos datos muestran una distribución variada en cuanto a las preferencias de tiempo para realizar turismo de aventura en sus diferentes modalidades. Destaca la importancia de considerar tanto factores climáticos como las oportunidades de tiempo libre disponibles para los viajeros. Esto

sugiere que el turismo de aventura en Bolivia es versátil según la temporada y la modalidad ofrecida, lo que lo hace rentable a lo largo de todo el año.

5.4. Análisis de resultados.

- El análisis del perfil socio-demográfico del turista interno en la ciudad de La Paz revela un predominio significativo de mujeres solteras. Mayoritariamente jóvenes con una edad media de 28 años y sin hijos, este segmento demográfico exhibe una capacidad adquisitiva favorable. Principalmente ocupadas en empleos asalariados privados con ingresos mensuales superiores a 3000 bolivianos, estas personas muestran niveles educativos predominantemente de licenciatura.
- Este perfil demográfico destaca también una alta propensión al turismo, reflejada en el gusto generalizado por viajar, así como en la frecuencia anual de viajes, donde la mayoría de los encuestados realizan de 1 a 4 viajes al año. Además, prefieren viajar acompañados de amigos o en pareja, y muestran una tendencia a estadías cortas de 2 días en los destinos visitados.
- En términos motivacionales en turismo el placer y la diversión son los principales impulsos para realizar, seguidos por el interés en visitar sitios naturales y el esparcimiento y recreación. Por otro lado específicamente en turismo de aventura la diversión y la adrenalina son los principales motivadores. Estos hallazgos proporcionan una base sólida para entender las preferencias y comportamientos del turista interno en La Paz, fundamentales para el desarrollo y la promoción de experiencias turísticas.
- Respecto a las actividades que prefieren realizar durante sus viajes, se observa una clara preferencia por el turismo de naturaleza y aventura, destacándose actividades como la visita a atractivos turísticos (73.2%), el ocio y descanso (61.3%), y actividades de aventura (57.7%). Esto indica un perfil de turista interesado en experiencias activas y en contacto con la naturaleza, donde la diversión y el placer juegan un papel crucial como motivadores principales para sus viajes.
- En cuanto a la información que utilizan para planificar sus viajes, destaca el uso predominante de redes sociales como Facebook (61.9%), seguido por otras redes sociales (50%) y recomendaciones de familiares y amigos (55.2%). Por otro lado el medio de información

especifico en turismo de aventura tambien reflejo datos similares con Facebook con 57.1%, Otras redes sociales con 46% y amigos y familiares 45.2%, siendo la principal diferencia al ser un turismo especializado prodria significar la adquisicion del servicio de manera presencial para que este sera mas confiable Estos medios digitales son fundamentales para la toma de decisiones de los turistas internos, lo que subraya la importancia de estrategias efectivas de marketing digital y presencia online para las empresas del sector turístico en La Paz.

- Por otro lado, al analizar los servicios consumidos durante sus viajes, se evidencia una alta demanda de alimentación (66.7%), de hospedaje (66.2%), y transporte (62.9%), en viajes en general realizado por turismo además de preferir un viaje independiente en su mayoría (71%),. Por otro lado, en turismo de aventura se evidencia que se prefiere un viaje organizado con agencias de viaje en un (71%) indicando una preferencia por paquetes de servicios completos que faciliten la organización y comodidad durante su estadía. Esto también destaca la importancia de ofrecer opciones variadas y adaptadas a diferentes presupuestos y preferencias individuales.
- En relación con el grado de riesgo percibido por los turistas, un 66% de ellos indica que no conoce el nivel de riesgo asociado a las actividades de turismo de aventura, mientras que un 55% desconoce el equipo necesario para participar en dichas actividades. Además, el 54% considera que los servicios ofrecidos no son seguros, y la mayoría, un 60%, opina que la relación entre el precio y la calidad del servicio es regular. Este panorama subraya la necesidad de implementar mejoras en la gestión por parte de las empresas operadoras de turismo para garantizar la seguridad percibida y mejorar la satisfacción general del turista.
- Con respecto al segmento de personas que han participado previamente en turismo de aventura, la mayoría (88.6%) expresan su intención de realizarlo nuevamente, y un alto porcentaje (80%) estarían dispuestos a recomendar la actividad a otras personas. Además, el 51% califica el servicio como bueno. Estos resultados sugieren un alto grado de satisfacción y una predisposición positiva hacia la actividad de turismo de aventura entre quienes ya han experimentado esta modalidad.
- Por tanto, el turista interno de aventura de La Paz muestra un perfil motivacional orientado hacia experiencias de aventura y contacto con la naturaleza, utilizando medios digitales para

la planificación y mostrando preferencia por servicios completos y bien estructurados. Estos hallazgos son fundamentales para desarrollar estrategias efectivas de promoción y satisfacer las necesidades de un segmento de mercado cada vez más activo y diverso en sus preferencias de viaje.

- Los resultados del análisis revelan patrones significativos en cuanto a la inversión y preferencias en el turismo de aventura en la ciudad de La Paz. La mayoría de los encuestados (39%) tienden a invertir entre Bs 101 y 200 diarios por persona en este tipo de viajes, indicando una disposición moderada a gastar en servicios básicos como transporte, alimentación y hospedaje. Esto sugiere que, a pesar de la variabilidad en la oferta y la competencia desleal que afecta la calidad del servicio, existe una demanda estable por experiencias de turismo de aventura accesibles y por un tiempo de estadía de 2 días.
- Por otro lado, la temporalidad y duración de los viajes también son reveladoras. Más del 56% de los encuestados prefieren realizar turismo de aventura durante los fines de semana, reflejando una elección por escapadas cortas y accesibles. Esta flexibilidad temporal se ve complementada por la preferencia por estadías de corta duración: el 41.4% opta por quedarse solo 2 días en destinos de aventura. Estos hallazgos subrayan la importancia de estrategias de mercado que se alineen con las preferencias temporales y la disposición financiera de los turistas locales, destacando oportunidades para mejorar la accesibilidad y calidad del servicio ofrecido en este segmento específico del mercado turístico.
- En cuanto a las preferencias de este segmento de mercado antes de la pandemia del COVID-19, se observa que: el tipo de turismo más preferido era el turismo de aventura, con un 46.2%, seguido por el turismo de sol y playa, con un 42.9%. Sin embargo, después de la pandemia, la preferencia por el turismo de aventura aumento al 64.8%, seguido por el turismo cultural, con el 40% y muy de cerca el turismo rural 37.1%. Este cambio refleja un resurgimiento y aumento de popularidad del turismo de aventura después del período de la pandemia del COVID-19. Además que el 62% cree que el turismo de aventura aumento despues del Covid-19.
- En relación con las preferencias de dificultad entre los turistas que participan en turismo de aventura, más de la mitad (71.9%) muestra preferencia por actividades de dificultad media. Además, respecto al entorno natural, el 51% prefiere participar en actividades terrestres como

el trekking y las caminatas. Estos hallazgos revelan las inclinaciones predominantes hacia niveles de dificultad específicos y tipos de actividades dentro del contexto del turismo de aventura.

- En cuanto a la percepción sobre el futuro y desarrollo del turismo de aventura después de la pandemia, hay una creencia generalizada de que ha aumentado y puede desarrollarse de manera amigable con la naturaleza. El 89.5% de los encuestados considera que el turismo de aventura es sostenible y puede ser implementado de manera efectiva en el entorno de la ciudad de La Paz. Además, el 94.3% opina que el turismo debería desarrollarse conforme a los principios de sostenibilidad. Estos resultados subrayan una fuerte predisposición hacia un enfoque sostenible en el desarrollo futuro del turismo de aventura en la región.

A continuación se hace referencia a la diferenciación identificada en la investigación entre un turista interno convencional y un turista de aventura en la ciudad de La Paz. Esta diferenciación se distingue principalmente por la compañía de viaje, el tiempo de estadía, el gasto diario, motivación de viaje, y las actividades que se llevan a cabo. Además, existe una variación en los servicios consumidos y en el tipo de viaje que prefieren y realizan actualmente.

FIGURA 57. Diferencias en el perfil de turista interno convencional y de aventura.

Diferencia de perfiles de turista interno en la ciudad de La Paz	Turista interno convencional	Turista interno de aventura
Compañía de viaje	Amigos/ Familiares	Amigos
Tiempo de estadía	2 días	1 a 2 días
Gasto diario	Más de 301	De 100 a 201
Motivo	Placer y diversión	Diversión y adrenalina
Actividades de viaje	Visita a sitios turísticos	Actividades de esfuerzo físico
Servicios consumidos	Hospedaje, alimentación y transporte	Todo incluido
Tipo de viaje	Independiente	Organizado (agencia de viajes)

Fuente: Elaboración propia.

El análisis de las diferencias entre un turista convencional y un turista de aventura en la ciudad de La Paz revela distintas características en términos de compañía de viaje, tiempo de estadía, gasto, motivación de viaje, actividades y consumo de servicios turísticos.

En primer lugar, mientras que el turista convencional prefiere viajar acompañado de amigos y familiares, el turista de aventura opta por viajar solo o con amigos, evitando la compañía de menores de edad debido al riesgo inherente a las actividades de aventura. Esta preferencia influye también en el tiempo de estadía, donde el turista convencional tiende a preferir estancias más prolongadas de aproximadamente 2 días, en contraste con el turista de aventura, cuya estadía suele ser más corta, de 1 a 2 días.

En términos de gasto, se observa que el turista convencional tiende a realizar un gasto mayor, especialmente cuando viaja con familia, lo que incrementa los costos por persona. En cambio, el turista de aventura maneja un presupuesto más ajustado, generalmente por debajo de los 200 bolivianos por día. Esta diferencia también se refleja en las actividades y el motivo de viaje: mientras que el turista convencional busca principalmente placer y diversión mediante la visita a sitios turísticos, el turista de aventura encuentra su motivación en la búsqueda de adrenalina a través de actividades físicamente exigentes.

En cuanto al consumo de servicios turísticos, el turista convencional prefiere adquirir servicios de manera independiente, seleccionando y pagando por cada servicio individualmente. Por el contrario, el turista de aventura opta por paquetes todo incluido ofrecidos por agencias de viajes u operadoras especializadas, debido a la naturaleza especializada y a veces remota de las actividades de aventura.

Estas diferencias destacadas entre ambos perfiles de turismo subrayan la necesidad de una oferta turística diferenciada y adaptada a las preferencias y necesidades específicas de cada grupo. Es esencial que las estrategias de desarrollo turístico en La Paz consideren estos elementos para optimizar la satisfacción del turista y fomentar un turismo interno robusto y sostenible en la región.

FIGURA 58. Tabla comparativa de preferencias del turista interno de aventura antes y después de la pandemia del COVID 19.

Preferencias del turista interno de aventura antes y después de la pandemia del COVID-19	Antes del Covid-19	Después del Covid-19
¿Cree que el turismo de aventura es un turismo sostenible?	SI	SI
¿Cree que el turismo de aventura debería desarrollarse con un enfoque amigable y consiente con la naturaleza?	SI	SI
¿Qué tipo de turismo prefería?	Turismo de aventura 46,2%	Turismo de aventura 64,8%
¿Qué tipo de destino turístico prefería?	Destinos nacionales 28,6%	Destinos nacionales 57,6%
¿Cree que aumento el turismo de aventura tras la pandemia?	NO 37%	SI 63%

Fuente: Elaboración propia.

El análisis de las diferencias en la preferencia del turista interno de aventura antes y después de la pandemia de COVID-19 resulta esencial para comprender la etapa post-pandemia en relación con el perfil turístico interno. Además, proporciona una visión sobre la reactivación económica y turística, destacando la necesidad de una reorientación en áreas como la promoción y la creación de paquetes turísticos que satisfagan la demanda actual. A continuación, se presentan los hallazgos clave:

- **Sostenibilidad del Turismo de Aventura:** Los encuestados no identificaron una diferencia significativa en la percepción de la sostenibilidad del turismo de aventura antes y después de la pandemia. Este resultado sugiere que, a pesar del evento pandémico, la sostenibilidad del turismo de aventura no se vio comprometida y, de hecho, podría haber sido reforzada y complementada durante la pandemia.
- **Enfoque Amigable con la Naturaleza:** La opinión de los encuestados sobre la necesidad de desarrollar el turismo con un enfoque más amigable y consciente con la naturaleza no mostró variaciones significativas antes y después de la pandemia. Esto indica que este

factor debe seguir siendo una consideración importante en el desarrollo futuro del turismo de aventura.

- **Preferencia por el Turismo de Aventura:** Aunque no hubo cambios en el tipo de turismo preferido, se observó un incremento en el porcentaje de preferencia por el turismo de aventura. Antes de la pandemia, el 46.2% de los encuestados prefería este tipo de turismo, mientras que después de la pandemia, la preferencia aumentó al 64.8%. Este cambio denota una creciente demanda interna de turismo de aventura en la ciudad de La Paz.
- **Preferencia por Destinos Turísticos:** En relación con la preferencia de destinos turísticos, no se observó un cambio en el tipo de destino preferido; sin embargo, se evidenció un incremento en la preferencia por destinos nacionales. Antes de la pandemia, el 28.6% de los encuestados prefería destinos nacionales, porcentaje que aumentó al 57.6% después de la pandemia. Este cambio sugiere que la emergencia sanitaria influyó la preferencia por destinos más cercanos.
- **Incremento en el Consumo de Turismo de Aventura:** Un 63% de los encuestados indicó que el consumo de turismo de aventura aumentó después de la pandemia. Factores como la cercanía de los destinos, las ofertas y los atractivos naturales parecen haber influido en este incremento.

Las diferencias destacadas reflejan un cambio leve pero significativo en el comportamiento de la demanda turística interna del turismo de aventura en la ciudad de La Paz. Estos hallazgos son relevantes para orientar los esfuerzos en marketing y en la creación de productos turísticos, con el objetivo de promover un desarrollo turístico conjunto en el contexto post-pandemia.

5.5. Validación de la hipótesis.

Después de llevar a cabo la investigación y de alcanzar tanto el objetivo general como los objetivos específicos, se ha comprobado y respondido a la hipótesis planteada en la sección metodológica de la presente tesis de grado: “Existe un mercado turístico interno potencial para el Turismo de Aventura que muestra una participación significativa en la ciudad de La Paz, caracterizado por atributos específicos y con posibles cambios motivacionales post-pandemia que pueden contribuir al desarrollo del sector turístico.”

La investigación ha identificado la preferencia de los turistas internos por el turismo de aventura y ha revelado hallazgos significativos. En consecuencia, se concluye que:

- **Corroboración de la Hipótesis:** La hipótesis planteada ha sido confirmada al identificar la existencia de un mercado turístico potencial para el turismo de aventura con una participación destacada en la ciudad de La Paz. Se observó que el 95% de las personas encuestadas estarían interesadas en realizar turismo de aventura, lo cual señala un perfil de consumidor alto y crucial para el desarrollo del sector.
- **Preferencias de Turismo:** En comparación con otros tipos de turismo desarrollados en la ciudad de La Paz, el 55% de los encuestados prefieren el turismo de aventura sobre el turismo rural, ecoturismo, gastronómico, entre otros tipos. Esto subraya la importancia del segmento de turismo de aventura, que debe ser considerado para el desarrollo de productos turísticos y planes estratégicos tanto a nivel público como privado.
- **Características Específicas del Turismo de Aventura:** En cuanto a las características específicas del turismo de aventura, el 34% de los encuestados perciben este tipo de turismo como asociado a actividades de esfuerzo físico. La actividad más preferida dentro del turismo de aventura es el trekking, elegido por el 64.3% de los participantes, con una dificultad media aceptada por el 71.9%. Además, se destacó que el 51% de estas actividades se realizan en entornos naturales terrestres. La diversión y la adrenalina son considerados motivadores clave para la elección de estas actividades.
- **Percepción del Riesgo y Seguridad:** Respecto al grado de riesgo asociado al turismo de aventura, el 66% de los encuestados están conscientes de los riesgos implicados, y el 55% conoce los equipos necesarios para este tipo de turismo especializado. Además, el 51% considera que los servicios disponibles son seguros, aunque esta percepción debe mejorarse, ya que los porcentajes indican áreas para fortalecer la implementación de medidas de seguridad dentro del sector turístico.
- **En relación con los posibles cambios post-pandemia,** se observó un aumento en las preferencias (64.8%) y el consumo (62%) del turismo de aventura tras la pandemia de Covid-19. Además, se evidenció que los turistas muestran una mayor conciencia sobre la

sostenibilidad en este tipo de turismo, destacando la importancia de desarrollarlo de manera consciente y respetuosa con el medio ambiente, estos factores pueden contribuir al desarrollo del sector turístico de la región.

En conclusión, los datos obtenidos validan la hipótesis, dado que los porcentajes observados son altos y significativos, evidenciando la existencia de un mercado turístico interno potencial para el turismo de aventura con una participación considerable en la ciudad de La Paz. A partir de estas conclusiones y de los hallazgos complementarios, se recomienda la implementación de nuevos paquetes turísticos, programas y proyectos dirigidos tanto a los trabajadores del sector turístico como a las comunidades receptoras, con el objetivo de promover beneficios importantes y fortalecer el sector turístico.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Gracias a la presente investigación y a causa de la falta de información en cuanto al perfil del turista interno de aventura, se sacaron las siguientes conclusiones:

- El perfil del turista interno de aventura se define como un segmento específico dentro del turismo, caracterizado por mujeres jóvenes con una edad promedio de 28 años. Este grupo muestra un interés particular por actividades de dificultad media, preferentemente realizadas en tierra, como caminatas y trekking. La principal motivación de estos turistas es experimentar emociones de diversión y adrenalina a través de actividades físicamente demandantes.
- El perfil socioeconómico identificado en el estudio revela que las mujeres jóvenes, con una edad promedio de 28 años y sin hijos, disponen de tiempo libre principalmente los fines de semana. Estas mujeres tienen una capacidad de gasto medio-alta, llegando hasta 200 bolivianos diarios por persona durante el viaje, que típicamente dura hasta 2 días. La mayoría posee un grado académico de licenciatura y se desempeña como empleadas asalariadas en el sector privado. Prefieren adquirir paquetes turísticos con todos los servicios incluidos, organizados a través de agencias de viajes, y muestran una preferencia por viajar en compañía de amigos. Además, se estima que el 80% de estas personas residen en la ciudad de La Paz, lo cual subraya la relevancia de este segmento de turistas internos para el mercado turístico local.

- En relación al posicionamiento del turismo de aventura frente a otros tipos de turismo practicados en la Ciudad de La Paz, se observa que este tipo de turismo es predominantemente preferido por un poco más del 50% de los encuestados. Esto sugiere que el turismo de aventura tiene una posición destacada y una demanda significativa en comparación con otras modalidades turísticas en la región. Este hallazgo resalta la atracción y popularidad que las actividades de aventura tienen entre los turistas locales o internos que visitan La Paz, posicionándolo como un segmento importante dentro del panorama turístico de la ciudad.
- Basándose en la información obtenida, se identifica que la mayoría de las personas tienen conocimiento del turismo de aventura aunque no lo hayan realizado. Por otro lado, aquellos que sí han participado en este tipo de turismo expresan percepciones variadas respecto al servicio recibido, calificándolo mayoritariamente como regular. Esto indica una falta de conocimiento acerca de los riesgos asociados y del equipo necesario para participar en las actividades de aventura. Además, una parte significativa de los encuestados considera que los servicios proporcionados por los operadores de turismo en la ciudad de La Paz son inseguros. Este hallazgo subraya la importancia de mejorar la información y la seguridad en las actividades de turismo de aventura para aumentar la satisfacción y la confianza de los turistas.
- En relación al futuro del turismo de aventura en la ciudad de La Paz, se evidencia que existe una percepción favorable hacia su desarrollo bajo principios de sostenibilidad y respeto por el entorno natural. Los encuestados creen que este tipo de turismo debería enfocarse en prácticas amigables con la naturaleza. Además, se observa que, tanto antes como después de la pandemia, ha aumentado el interés y la participación en el turismo de aventura, destacándose como una preferencia constante entre los consumidores encuestados. Esto sugiere que el turismo de aventura continúa siendo atractivo para los turistas internos, quienes muestran una preferencia significativa por destinos nacionales que ofrecen este tipo de experiencias.
- Basándose en la identificación del perfil del turista interno en la ciudad de La Paz, se concluye que el turismo de aventura representa una significativa fuente de desarrollo económico. La mayoría de los visitantes son motivados por las actividades de aventura, lo cual subraya la importancia de continuar fortaleciendo este segmento turístico. Es crucial colaborar con los entes responsables del desarrollo turístico tanto del municipio como de los municipios circundantes para crear un entorno que ofrezca servicios de alta calidad y seguridad. Esto no

solo promoverá la satisfacción y fidelización de los visitantes, sino que también incentivará su retorno, contribuyendo así al crecimiento sostenido del turismo de aventura en la región.

- En relación a la hipótesis de la investigación, se concluye que ha sido corroborada al identificar la existencia de un mercado turístico interno potencial para el turismo de aventura con una destacada participación en la ciudad de La Paz.
- Los datos recabados en esta investigación proporcionan información crucial sobre el perfil del turista consumidor, lo cual es fundamental para la planificación y ejecución de programas y proyectos destinados al desarrollo del turismo de aventura. Estos hallazgos permiten orientar de manera más efectiva los esfuerzos hacia la mejora de los aspectos relevantes para los visitantes, contribuyendo así a fortalecer y expandir este segmento turístico en la región.

RECOMENDACIONES

A continuación, se plantean las siguientes recomendaciones para que sean tomadas en cuenta para todas las personas que estén involucrados en el turismo de aventura.

- En base a las recomendaciones formuladas para los operadores del turismo de aventura, se destaca la necesidad de mejorar los estándares en la seguridad y calidad de los servicios ofrecidos. Primeramente, se sugiere que las entidades responsables de otorgar los permisos a las empresas operadoras de turismo refuercen los requisitos y controles sobre el equipo necesario para las actividades de aventura, dada la naturaleza especializada y de riesgo de este tipo de turismo. Esta medida busca garantizar condiciones óptimas de seguridad para los turistas.
- Se recomienda a las empresas operadoras mejorar la calidad de sus servicios, ya que la percepción actual de los consumidores sobre estos es regular, lo cual puede limitar el potencial de crecimiento de la actividad. Esta mejora incluiría tanto la capacitación del personal en el manejo de equipos y en la gestión de riesgos, como la adquisición de equipos seguros y de alta calidad.
- En relación con el perfil identificado del turista interno de aventura en La Paz, se aconseja que las empresas desarrollen nuevos paquetes turísticos adaptados a las características y

preferencias específicas de este segmento de mercado. Esto podría incluir la creación de actividades más prolongadas que incentiven la estadía y pernocte de los turistas, aumentando así el atractivo de los destinos de aventura.

- Se recomienda a las empresas invertir en estrategias de comercialización a través de redes sociales, especialmente en plataformas como Facebook, que han demostrado ser efectivas para atraer turistas internos. Esta medida no solo ampliaría la visibilidad de las ofertas turísticas de aventura, sino que también fortalecería la conexión directa con los potenciales visitantes.
- Se sugiere la implementación de actividades colaborativas en los destinos de aventura, orientadas a fomentar iniciativas que involucren activamente a la comunidad local. Esta estrategia no solo estaría dirigida a incrementar el gasto promedio de los turistas en los servicios locales y prolongar la estadía de los visitantes, sino que también tendría el potencial de contribuir significativamente al desarrollo socioeconómico de las poblaciones circundantes a los destinos turísticos.
- Es aconsejable que los estudios sobre turismo de aventura se enfoquen en la clasificación de las actividades en tres grupos principales: tierra, aire y agua. Esta segmentación permitirá una investigación más específica y detallada de cada tipo de actividad, facilitando la generación de información relevante que pueda mejorar la oferta turística.
- Se recomienda llevar a cabo proyectos destinados a mejorar la calidad de cada tipo de Turismo de Aventura. Estos proyectos contribuirán a la identificación y corrección de errores de operaciones emíricas, así como a una gestión más adecuada de las actividades relacionadas, asegurando una experiencia más segura y placentera para los participantes.
- Es fundamental integrar estudios de suelos y estrategias de gestión para la planificación meticulosa de las rutas de Turismo de Aventura.. El monitoreo continuo de las actividades es crucial para evitar la sobreexplotación y la degradación ambiental, garantizando la sostenibilidad a largo plazo de las prácticas turísticas.
- Se sugiere la implementación de programas de capacitación tanto para operadores turísticos como para visitantes. Estos programas deben centrarse en la formación específica sobre el

Turismo de Aventura. con el objetivo de sensibilizar y educar a los involucrados sobre las mejores prácticas y los objetivos del enfoque de donde se quiere llegar con este tipo de turismo.

- Se recomendable que las autoridades competentes en el municipio de La Paz desarrollen mecanismos de certificación y etiquetas de sostenibilidad para las empresas turísticas que demuestren un compromiso con el desarrollo responsable del Turismo de Aventura.. Estas certificaciones contribuirán a aumentar la confianza en las actividades turísticas y promoverán prácticas sostenibles.
- Se recomienda realizar estudios sobre el impacto social del Turismo de Aventura.en la identidad cultural de las comunidades locales. Es esencial asegurar que las poblaciones locales no se sientan excluidas, promoviendo así la inclusión y generando oportunidades de empleo en la región.
- Se sugiere la incorporación de innovaciones tecnológicas en las actividades de Turismo de Aventura. como localizadores GPS, aplicaciones para el monitoreo en tiempo real de condiciones climáticas, rutas de senderismo y realidad aumentada. La implementación de estas tecnologías contribuirá a elevar la calidad de los servicios, mejorar la seguridad de los participantes, y establecer protocolos de emergencia claros y efectivos para el personal.

Bibliografía

- Abavyt. (2020). Manuales de Bioseguridad para el funcionamiento y atención de agencia de viajes y turismo Post cuarentena Covid-19. La Paz: Abavyt Nacional. Obtenido de <https://abavyt.org.bo/wp-content/uploads/2020/08/COMUNICADO-AN-51-20-MANUALES-DE-BIOSEGURIDAD-PARA-EL-FUNCIONAMIENTO-Y-ATENCION-DE-AGENCIAS-DE-VIAJE-Y-TURISMO-POST-CUARENTENA-COVID-19.pdf>
- ABI. (2023). Se reactiva el turismo receptivo en Bolivia y genera ingresos por más de \$us 716 millones. La Paz: Agencia Boliviana de Información. Obtenido de <https://www.abi.bo/index.php/noticias/feeds/36-notas/noticias/economia/45400-se-reactiva-el-turismo-receptivo-en-bolivia-y-genera-ingresos-por-mas-de-us-716-millones#:~:text=En%20cuanto%20al%20turismo%20interno,superan%20los%20Bs%202.109%20millones.>
- Acaro, D. G. (2019). Análisis del perfil del visitante que realiza turismo de aventura, preferencias y motivaciones: caso de estudio baños de Agua Santa. Ecuador: Universidad de las Fuerzas Armadas. Recuperado el 09 de 05 de 2023, de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/21253/T-ESPE-040833.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Acerenza, M. A. (2006). Conceptualización, origen y evolución del turismo. México: Trillas. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Conceptualizaci%C3%B3n-origen-y-evoluci%C3%B3n-del-turismo-de-Miguel-Acerenza-PDF.pdf>
- Análisis económico. (2021). Análisis económico: impacto de la pandemia en el sector turístico de Bolivia. Obtenido de <https://fepc.bo/2021/12/21/analisis-economico-impacto-de-la-pandemia-en-el-sector-turistico-de-bolivia-cuarto-rubro-generator-de-divisas-hasta-2019/>
- Araujo Pereira, G. (2017). Los viajeros y sus motivaciones: Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. Belo Horizonte, Brasil: Universidad Federal de Minas Gerais. Recuperado el 21 de septiembre de 2023, de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v26n1/v26n1a04.pdf>
- Astorga Rada, L. (2013). Demanda potencial para el turismo social de la tercera edad en la ciudad de La Paz. La Paz, Bolivia: Universidad Mayor de San Andrés. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/bitstream/handle/123456789/14419/TG-3089.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ATTA. (2024). Adventure travel definition. Adventure Travel Trade Association. Obtenido de <https://www.adventuretravel.biz/>
- Balderas, C. (2014). Características de la demanda de turismo de naturaleza y de aventura en Playa del Carmen. México: Universidad Tecnológica de la Riviera Maya. doi:10.22403/UQROOMX/TYPNE2014/01

- Blanco, G. M. (2022). CORONAVIRUS: El turismo en el tiempo perdido. Ecuador: Humus. Recuperado el 29 de abril de 2023, de <https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/2016/1/LT003.pdf>
- Buckley, R. (2022). Adventure tourism: Understanding the experience and impact. Australia: Routledge. Obtenido de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Adventure_Tourism_Management.pdf
- Cahuasa. (2023). La innovación en turismo viene de la mano tecnológica y buena planificación. Unifranz. La Paz: Unifranz. Obtenido de <https://unifranz.edu.bo/blog/la-innovacion-en-turismo-tecnologica/>
- CANATUR. (2021). Estudio de perfil del turista de aventura en Costa Rica. Costa Rica: Cámara Nacional de Turismo de Costa Rica. Obtenido de <https://www.camtur.org/costa-rica/perfil-turista-aventura>
- Chavez Liars, J. L. (2018). Estudio de mercado para determinar la viabilidad de brindar servicios de turismo de aventura en region lambayaque. Chiclayo, Mexico: Universidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo. Recuperado el 09 de 05 de 2023, de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4823/1/TL_ChavezLinaresJose.pdf
- Chavez, R. A. (2019). Conceptors, enfoques y propuestas sobre el turismo alternativo en base de datos multidisciplinares. Mexico: Universidad de la Costa y Universidad de Guadalajara. doi:<https://doi.org/10.47557/FFOP1217>
- Cuba, M. (2006). El turismo en el desarrollo economico del departamento de La Paz. La Paz. Recuperado el 29 de abril de 2023, de <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/bitstream/handle/123456789/8696/T-924.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Decreto Supremo N°4196. (s.f.).
- Dominguez Vasquez, G. V. (2017). Perfil del turista de aventura que visita el distrito de Huamachuco-La Libertad, año 2017. Trujillo, Peru: Universidad Cesar Vallejo. Recuperado el 09 de 05 de 2023, de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11688/dominguez_vg.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Dredge, D. &. (2019). El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: viaje hacia 2030. Springer.
- Emprende, B. (14 de diciembre de 2014). Felicidades La Paz es una de las Siete Ciudades Maravillas del Mundo. El Deber, pág. 1. Recuperado el 29 de abril de 2023, de <https://boliviaemprende.com/concursos/la-paz-es-una-de-las-siete-ciudades-maravilla-del-mundo>
- Espinoza, R. (2024). Bolivia recibe con Optimismo el Relanzamiento de OMT a ONU turismo. El Alto: Unifranz. Obtenido de <https://unifranz.edu.bo/blog/bolivia-optimista-por-relanzamiento-de-omt-a-onu->

turismo/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20datos%20del%20Instituto%20Nacional,a%20similar%20per%C3%ADodo%20de%202022.

- Ferrere. (2020). Normativa Covid -19. La Paz. Obtenido de <https://d2labml0vmb1kx.cloudfront.net/files/news/documents/normativa-covid19-ferrere-nueva-2-.pdf>
- GAMLP - Gobierno Autonomo Municipal de La Paz. (2024). en 2023 La Paz destaco su turismo y el municipio genero bs. 1.2 millones en ebentos culturales. GAMLP.
- GAMLP. (2014). Oferta y demanda turistica en el municipio de La Paz. La Paz, Bolivia: SPC Impresores S.A. Obtenido de http://sitservicios.lapaz.bo/cartillas/otraspublicaciones/Oferta%20y%20demanda%20turistica_11_1.pdf
- Gobierno Autonomo Departamental de La Paz. (Noviembre de 2020). Situacion Economica y Social del Departamento de La Paz en tiempos de Covid-19. Instituto Departamental de Estadistica, 102. Obtenido de <https://www.gobernacionlapaz.gob.bo/archivos/Situacioneconomicasocial.pdf>
- Gobierno Autonomo Municipal de La Paz. (2014). Oferta y demanda turistica en el municipio de La Paz. La Paz: SPC Impresiones S.A. Obtenido de http://sitservicios.lapaz.bo/cartillas/otraspublicaciones/Oferta%20y%20demanda%20turistica_11_1.pdf
- Gonzalez, E. C. (2011). Procedimiento para medir la demanda turistica en un destino. TURyDES, 4(11). Recuperado el 04 de 05 de 2023, de <https://www.eumed.net/rev/turydes/11/gacp.html>
- Gössling, S. S. (2019). Global challenges in recreational and tourist fisheries. Springer.
- Hall. (2016). Gestión de Turismo de Aventura y Actividades al Aire Libre.
- Hernandez Sampieri Roberto, F. C. (2014). Metodologia de la Investigacion 6ta edicion (McGraw Hill ed.). Mexico DF, Mexico: McGraw Hill. Recuperado el 15 de marzo de 2023
- Higgins-Desbiolles. (2018). Turismo sostenible: ¿Sostener el turismo o algo más?. Perspectivas de la gestión turística.
- Higham, J. &. (2019). Ecoturismo y turismo sostenible: nuevas perspectivas y estudios. Routledge.
- HostelTours. (2020). El turismo de Bolivia perdera usd 1.000 millones por coronavirus. La Paz.
- Hosteltur. (2019). La crisis politica en Bolivia frena el turismo. Hosteltur. Obtenido de https://www.hosteltur.com/lat/132598_la-crisis-politica-en-bolivia-frena-el-turismo.html
- Hosteltur. (2021). Bolivia apuesta por la bioseguridad para reactivar su turismo. Obtenido de https://www.hosteltur.com/lat/143266_bolivia-apuesta-a-la-bioseguridad-para-reactivar-su-turismo.html

- Ibañez, R. R. (2012). Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo. Mexico DF: Medio ambiente y política en Mexico. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=BAHYkvJihDwC&oi=fnd&pg=PA17&dq=Turismo+Tradicional+vs+Turismo+Alternativo+pdf&ots=i-hS0ykQgk&sig=dez9KFnEoWFCO2Glbs5O9osni7U#v=onepage&q&f=false>
- Ibañez, R. &. (2011). Teoría General del Turismo. Méxicali:: Universidad Autónoma de Baja California. Obtenido de <https://www.amiturismo.org/archivos/pdfs/Teor%C3%ADa-General-del-Turismo-Un-enfoque-global-y-nacional.pdf>
- ICT. (2022). Plan Nacional de Turismo de Costa Rica 2022-2027. Costa Rica: Instituto Costarricense de Turismo. Obtenido de https://tourismanalytics.com/uploads/1/2/0/4/120443739/costa_rica_plan_nacional_de_turismo_2022_-_2027.pdf
- INE . (2019). Encuesta de Hogares 2019-Modelo de turismo Interno y Excursionismo. La Paz, Bolivia: INE.
- INE. (2018). FLUJO TURISTICO DE EN LA PAZ REGISTRO MAS DE 900 MILL VISITANTES PARA EL 2017. LA PAZ: INE. Obtenido de <https://www.ine.gob.bo/index.php/flujo-turistico-en-la-paz-registro-mas-de-900-mil-visitantes-para-2017/#:~:text=De381.,nacionales%20para%20el%20a%C3%B1o%202017.>
- INE. (2018). FLUJO TURISTICO DE EN LA PAZ REGISTRO MAS DE 900 MILL VISITANTES PARA EL 2017. LA PAZ: INE. Obtenido de <https://www.ine.gob.bo/index.php/flujo-turistico-en-la-paz-registro-mas-de-900-mil-visitantes-para-2017/#:~:text=De381.,nacionales%20para%20el%20a%C3%B1o%202017.>
- INE. (2020). Turismo Internacional presento cifras negativas en 202. La Paz: Instituto Nacional de Estadísticas. Obtenido de [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/INE%20LLEGADA%20DE%20TURISTAS%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/INE%20LLEGADA%20DE%20TURISTAS%20(2).pdf)
- INE. (2021). Estadística de flujo de viajeros. Obtenido de <https://www.ine.gob.bo/index.php/estadisticas-economicas/turismo/estadisticas>
- INE. (2024). Bolivia-Llegada de Visitantes Internacionales, Por Modo de Transporte y Tipo de Visitante Según Año y Mes 2008 – 2024. LA PAZ: INE. Obtenido de <https://www.ine.gob.bo/index.php/estadisticas-economicas/turismo/estadisticas-de-flujo-de-visitantes-cuadros-estadisticos/>
- Instituto Nacional de Estadística. (2019). Actividad de Turismo. La Paz. Obtenido de <https://siip.produccion.gob.bo/noticias/files/2020-e108e-2turismo.pdf>
- Machaca, N. (2020). La Gestión del turismo comunitario campesino e indígena prácticas y políticas públicas en el estado plurinacional de Bolivia. Mar del Plata. Recuperado el 03 de mayo de 2023, de <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/3534/1/machaca-2020.pdf>

- Mamani Villasante, W. (2016). Demanda turística. Asesores en Turismo, 3. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- Menez. (2021). Turismo de Aventura. Obtenido de <https://www.slideshare.net/slideshow/turismo-de-aventura-40578878/40578878>
- MMAyA. (2018). Política y Estrategia Plurinacional para la Gestión Integral y Sustentable de la Biodiversidad-PLAN DE ACCION 2019-2030. La Paz: Estado Plurinacional de Bolivia. Recuperado el 19 de marzo de 2023
- Moreno, M. C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. Merida, Venezuela: Universidad de los Andes. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011>
- Newsome, D. M. (2013). Turismo de espacios naturales: Ecología, impactos y gestión. Publicaciones de vista de canal.
- Nº4400, D. s. (s.f.).
- OIT. (2020). 200 días de acción: La respuesta de la OIT ante la COVID-19 en los países andinos. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_759246.pdf
- OIT. (2021). Serie Panorama Laboral en América Latina y el Caribe 2021: Hacia una recuperación sostenible del empleo en el sector del turismo en América Latina y el Caribe. OIT. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_809290.pdf
- OMS. (2020). La OMS caracteriza a al Covid 19 como una pandemia., (pág. 1). Madrid.
- OMT. (2018). Panorama OMT del turismo internacional, Edición 2018. Madrid, España: UNWTO. doi:<https://doi.org/10.18111/9789284419883>
- OMT. (2019). Definiciones del turismo de la OMT. Madrid: OMT. doi:<https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- OMT. (2019). Panorama del turismo internacional. Madrid: Organización Mundial del turismo.
- OMT. (2019). Turismo internacional 2019 y perspectivas 2020. MADRID: OMT.
- OMT. (2020). Manual de la OMT sobre el Turismo Internacional. . Madrid. Obtenido de <https://www.unwto.org/>
- OMT. (2024). Manual de estadística turística.
- ONU. (25 de agosto de 2020). El turismo fue devastado por el COVID-19 y debe ser reconstruido de una manera más amigable con el planeta. Obtenido de <https://news.un.org/es/story/2020/08/1479432>
- OPS. (2020). Respuesta de la Organización panamericana de la Salud a la Covid-19 en la Región de las Américas. OPS.

- Pairumani, R. (2013). Turismo Alternativo : Una nueva oportunidad para potenciar el turismo en La Paz. La Paz: Icstur, UMSA. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/6657/IICSTUR%20Cuaderno%203%20Turismo%20Alternativo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pairumani, Roman. (2013). Turismo Alternativo: Una nueva oportunidad para potenciar el turismo en La Paz. La Paz: Universidad Mayor de San Andres. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/6657/IICSTUR%20Cuaderno%203%20Turismo%20Alternativo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Panosso Netto, A. L. (2012). Teoria del Turismo: Conceptos, modelos y sistemas. Mexico: Trillas. Recuperado el 11 de 5 de 2023, de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Teor%C3%ADa-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf>
- Pat, L. C. (2012). Caracterizacion del perfil turistico en un destino emergente, caso de estudio de ciudad del Carmen, Campeche, Mexico. Mexico: Universidad de Mexico. Obtenido de <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/07/Pat.-Caracterizacion-perfil-turistico-en-un-destino-emergente-caso-de-estudio-de-ciudad-del-carmen-campeche.-Mexico.-2012.-24-pgs..pdf>
- Pérez. (2023). Impactos del turismo de aventura en el desarrollo económico local. Revista de Estudios Turísticos, 45-62.
- PromPerú. (2021). Perfil del Vacacionista Extranjero de Aventura. Lima: Ipsos Perú. Obtenido de <https://www.promperu.gob.pe/turismo/in/archivos/reportespdf/perfil%20del%20vacacionista%20extranjero%20de%20aventura.pdf?zoom=100>
- Qhapaq Nan. (2016). El turismo Comunitario en Bolivia. La Paz. Obtenido de https://issuu.com/proyectoqhapaqnan/docs/35.turismo_comunitario_-_bolivia
- Quispe Guarachi, F. (2013). El perfil del consumidor turistico y su actitud hacia la gastronomía local en la población de Copacabana. La Paz: Universidad Mayor de San Andres. Recuperado el 10 de 05 de 2023, de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/14766/TG-2965.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Razon, L. (10 de octubre de 2021). Cifras rojas asfixian al turismo en Bolivia. La Razon, pág. 1. Obtenido de <https://www.la-razon.com/financiero/2021/10/10/cifras-rojas-asfixian-al-turismo-en-bolivia/>
- Reglamento Decreto Supremo N° 4400. (2020).
- Rodriguez, E. (2017). Turismo Alternativo y otras formas de Turismo Especializado (Vol. 1). La Paz, La Paz, Bolivia: Erick Rodriguez Lujan. Recuperado el 13 de marzo de 2023
- Sanchez, Y. T. (2021). El estudio de mercado como estrategia para el desarrollo de productos en el sector rural. caso de estudio Parroquia Bayushing. Polo del conocimiento, 17. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926892>

- Sancho, A. (1994). Introduccion al turismo. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62796902/Introduccion_al_Turismo_OMT_primera_parte20200403-8256-4upj7n-libre.pdf?1586000160=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DIntroduccion_al_Turismo_OMT_Organizacion.pdf&Expires=1683841089&Signature=
- Secretaria de turismo. (2023). Barómetro de turismo - Mayo 2023. Chile: Secretaria de turismo. Recuperado el 24 de septiembre de 2023, de <https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2023/06/barometro-de-turismo-mayo-2023.pdf>
- Sectur. (2004). Turismo Alternativo, una nueva forma de hacer turismo. En S. d. Turismo, turismo Alternativo, una nueva forma de hacer turismo (pág. 60). Mexico D.F.: SECTUR. Recuperado el 19 de MARZO de 2023
- Sectur. (2022). Perfil del turista de aventura en México 2022. Mexico DF: Secretaría de Turismo de México. Obtenido de <https://www.gob.mx/turismo/documentos/perfil-turista-aventura-mexico-2022>
- Sevillano, R. T. (2020). Proyeccion y evolucion del COVID-19 en Bolivia mediante un modelo SEIR modificado. (U. d. Economicas, Ed.) La Paz, Bolvia: Udape. Obtenido de https://www.udape.gob.bo/portales_html/ReporteCOVID/Macro/PAPER_COVI19_LATEX.pdf
- Sociales, A. e. (2010). Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008. En N. Unidas, Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008 (pág. 161). Madrid / New York: Naciones Unidas. Recuperado el 19 de marzo de 2023
- Tamayo Ariel . (2021). Manual de Bioseguridad para el funcionamiento y atencion de Guia de turismo Post Cuarentena. Obtenido de https://dgaj.produccion.gob.bo/docs/MANUAL_BIOSEGURIDAD_GUIA.pdf
- Tenecota, E. J. (2020). Marketing turistico como estrategias para promover el turismp en la ciudad de Bahia de Caraquez. ULEAM Bahia Magazine (UBM), 7.
- turismo, O. M. (2020). Barometro OMT del turismo Mundial, mayo 2020- Con especial enfoque en el impacto de la COVID -19. Msdrid: OMT. doi:<https://doi.org/10.17111/9789284421954>
- Turismo, O. M. (2021). 2020: el peor año de la historia del turismo, con mil millones menos de llegadas internacionales. (pág. 2). Madrid : OMT.
- UNWTO. (2020). Covid 19 y turismo: 2020 análisis del año. Organizacion Mundial del turismo, 19. Obtenido de https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-01/2020_analisis_anual_0.pdf
- UNWTO. (2020). Covid 19 y turismo:2020 analisis del año. Organizacion Mundial del Turismo, 19. Obtenido de https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-01/2020_analisis_anual_0.pdf

- UNWTO. (07 de abril de 2023). Organizacion Mundial del turismo. Obtenido de Barometro turistico: <https://www.unwto.org/es/news/2020-el-peor-ano-de-la-historia-del-turismo-con-mil-millones-menos-de-llegadas-internacionales>
- UNWTO -Organizacion Mundial del Turismo. (2024). El turismo internacional alcanzara en 2024 los niveles registrados antes de la pandemia. Madrid: OMT. Recuperado el 08 de febrero de 2024, de https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-01/240119-unwto-barometer-international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024-es%20%282%29_0.pdf?VersionId=y3oDKdX2D.Cq7S0x_oYJOtuPCkHdmEUG
- Viceministerio de comunicacion. (2020). Bolivia Travel Channel lanza la campaña de promocion turistica ``Ahora Bolivia te espera``. Obtenido de <https://www.comunicacion.gob.bo/?q=20200624/29827>
- Visente, A. S. (2018). El turismo en las Americas: Territorios, experiencias y ¿nuevos destinos? Open Edition Journals, 9. doi:<https://doi.org/10.4000/ideas.5721>
- Zamorano, F. (2008). Turismo Alternativo: Servicios turisticos diferenciados. Mexico: Trillas. Recuperado el 3 de mayo de 2023, de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/03/Turismo-Alternativo-Servicios-Tur%C3%ADsticos-Diferenciados-de-Francisco-M.-Zamorano.pdf>

ANEXO A

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS INSTRUMENTO VALIDACION DE LA ENCUESTA

1. DATOS GENERALES

Nombre Y Apellido Del Profesional:.....

Cargo O Institución:.....

Autor del instrumento: Heidi Yoselin Pacajes Paez.

Tesis: Perfil del turista interno en la modalidad del turismo de aventura en la ciudad de La Paz.

2. ASPECTOS DE VALIDACION

INDICADORES	ITEM	MEDICION DE VALIDACION													
		Las preguntas están redactadas de manera clara		El lenguaje es apropiado para el encuestado		Los indicadores son precisos		Las preguntas tienen una secuencia lógica		Las preguntas evalúan el nivel de conocimiento de los encuestados con el tema investigado		Existe coherencia con las preguntas y las variables		El instrumento responde al propósito de la investigación	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Gusto por los viajes	Motivación de viaje														
Compañía de viaje															
Actividades de viaje															
Tipo de viaje															
Relación Precio calidad															
Medios de información															
Motivos de viaje															
Ocupación	características socio-económicas														
Ingreso mensual															
Nivel de gasto diario															
Nivel de instrucción															
Tiempo de estadía															
Servicios consumidos															
Viajes anuales															
Gusto y preferencia por el turismo de aventura	Gustos y preferencias														
Entendimiento del turismo de aventura															
Motivo para realizar turismo de aventura															
Grado de riesgo del turismo de aventura															
Conocimiento del equipo de turismo de aventura															

Percepción de seguridad en actividades de turismo de aventura																				
Tipo de turismo el cual prefiere en la ciudad de La Paz.																				
Recomendación y percepción del servicio de aventura																				
Dificulta preferida del turista																				
Entorno natural preferido por el turista																				
Tipo de viaje preferido en turismo de aventura																				
Inversión de viaje en turismo de aventura																				
Tiempo de estadía en turismo de aventura																				
Medio de Información en un viaje de turismo de aventura																				
Preferencia de turismo antes y después de la pandemia del COVID 19																				
Preferencia de viaje del turista según el lugar																				
Temporalidad preferida en turismo de aventura																				

Observaciones: _____

Recomendaciones: _____

ANEXO B

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO CUESTIONARIO

Docente, _____, mediante la presente, hago constar que el instrumento para la recolección de datos “Cuestionario” utilizado en la tesis para optar para el título a nivel licenciatura: **“PERFIL DEL TURISTA INTERNO EN LA MODALIDAD DE TURISMO DE AVENTURA EN LA CIUDAD DE LA PAZ”**, elaborado por la universitaria **HEIDI YOSELIN PACAJES PAEZ**: reúne los requisitos necesarios para ser considerados válidos y confiables, por tanto, es apto para ser aplicados y alcanzar los objetivos que plantea la presente investigación.

Atentamente:

FIRMA DEL EVALUADOR

ANEXO C

Título de la tesis: Perfil del turista interno en la modalidad del turismo de aventura en la ciudad de La Paz.

GUIA DE ENCUESTA

La presente encuesta busca identificar la demanda interna potencial en la modalidad del turismo de aventura en la ciudad de La Paz (la información será de carácter confidencial y anónima con fines de investigación intelectual)

Numero de encuesta:

Fecha:

1. PERFIL SOCIO-DEMOGRAFICO

1.1. sexo: Femenino_ Masculino_	1.2. estado civil: Soltero_ Casado_ Divorciado_ Otro____
1.3. Edad_	1.4. ¿tiene hijos?: Si_ No_
1.5. ¿en qué ciudad vive?: La Paz_ El Alto_ Otro_	1.6. Ocupación: Estudiante_ profesional independiente_ empleado asalariado publico_ Empleado asalariado privado_ Trabajador independiente_ Otro_
1.7. Ingreso mensual en bolivianos: menos de 1000_ de 1001 a 2000_ de 2001 a 3000_ más de 3001_	1.8. Grado de instrucción alcanzado: Bachiller_ Universitario_ Técnico superior_ Egresado_ Licenciatura_ Post grado__

2. PERFIL CONDUCTUAL Y MOTIVACIONAL

2.1. ¿Le gusta viajar? Si_ No_	2.2. ¿Cuántos viajes realiza al año? Ninguno____ De 1 a 2_____ De 3 a 4_____ De 5 a 6_____ Más de 7_____
2.3. ¿Con quién prefiere viajar? Solo Pareja Amigos Familia	2.4. ¿Cuánto tiempo se queda en el destino que visita? Menos de 1 día 1 día 2 días 3 días Más de 4 días
2.5. ¿Cuánto es el gasto diario que suele tener en un viaje? En bs. Menos de 100 De 101 a 200 De 201 a 300 Más de 301	2.6. ¿Cuál es el motivo principal por el que realiza un viaje? Visita a Familiares Visita a sitios culturales Visita a sitios Natural Negocio Placer/Diversión Practicar deportes Otros:

<p>2.7. ¿Qué actividades realiza en los viajes?</p> <p>Negocios Visita atractivos turísticos Actividades de aventura Actividades naturales Actividades culturales Descanso Otros:</p>	<p>2.8. ¿Cómo se enteró de ese destino?</p> <p>Televisión Radio Facebook Otras redes sociales Amigos o familiares Otro:</p>
<p>2.9. ¿Qué servicios consumio en su viaje?</p> <p>Paquete todo incluido Transporte Guía Alimentación Hospedaje Actividades de recreación Otros:</p>	<p>2.10. ¿Qué tipo de viaje realizó?</p> <p>Independiente Organizado (con agencia de viajes) Otro_</p>

3.1. PERFIL CONDUCTUAL Y MOTIVACIONAL INVESTIGADO

<p>3.1. Conoce ¿Qué es el turismo de aventura? SI..... NO.....</p> <p>Si su respuesta es SI pasar a la pregunta 3.3.</p>			
<p>DEFINICION</p> <p>El turismo de Aventura son viajes realizados por turistas que buscan actividades que requieran un esfuerzo físico considerable, intercambio cultural y que sea en un entorno natural y sostenible.</p>			
<p>3.2. ¿Le gustaría realizar turismo de aventura en atractivos turísticos cercanos a la ciudad de La Paz?</p> <p>Si_ No_</p>	<p>3.3. ¿Qué entiende por turismo de aventura?</p> <p>Actividades al aire libre_ Contacto con la naturaleza_ Actividades de esfuerzo físico Deportes extremos</p>		
<p>3.4. ¿Qué tipo de turismo de aventura le gustaría realizar en cercanías de la ciudad de La Paz?</p> <p>Trekking Zipline Parapente Otro Kayak Rappel Climbing Biking</p>	<p>3.5. ¿Por qué le gustaría realizar turismo de aventura? (2 Opciones)</p> <p>Esparcimiento Y Recreación Diversión y adrenalina Contacto Con La Naturaleza Conocer Otras Culturas Revalorar Nuestros Atractivos Hacer Deporte extremo</p>		
<p>3.7. ¿Qué atractivo turístico de aventura dentro del departamento de La Paz le gustaría visitar? (puede elegir 3 opciones)</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;"> Suapi Supay Punku Rincon del Tigre El jiri Ecolodge Trekking Isla del Sol Trekking Isla Tortuga Trekking Dragón Dormido Trekking Nevado Tuni Cond... Trekking Yunga Cruz Trekking Apolobamba </td> <td style="width: 50%; border: none;"> Trekking Nevado de Charquini Trekking Nevado Huayna Po... Biking (camino de la muerte) Zipline Tiquina Zipline Yolosa Kayal en Coroico Parapente Coroico Parapente Copacapana Parapente en Irupana </td> </tr> </table>		Suapi Supay Punku Rincon del Tigre El jiri Ecolodge Trekking Isla del Sol Trekking Isla Tortuga Trekking Dragón Dormido Trekking Nevado Tuni Cond... Trekking Yunga Cruz Trekking Apolobamba	Trekking Nevado de Charquini Trekking Nevado Huayna Po... Biking (camino de la muerte) Zipline Tiquina Zipline Yolosa Kayal en Coroico Parapente Coroico Parapente Copacapana Parapente en Irupana
Suapi Supay Punku Rincon del Tigre El jiri Ecolodge Trekking Isla del Sol Trekking Isla Tortuga Trekking Dragón Dormido Trekking Nevado Tuni Cond... Trekking Yunga Cruz Trekking Apolobamba	Trekking Nevado de Charquini Trekking Nevado Huayna Po... Biking (camino de la muerte) Zipline Tiquina Zipline Yolosa Kayal en Coroico Parapente Coroico Parapente Copacapana Parapente en Irupana		
<p>3.7. ¿conoce el grado de riesgo de las actividades de turismo de aventura?</p> <p>Si_ No_</p>	<p>3.8. ¿conoce el equipo necesario para realizar turismo de aventura?</p> <p>Si_ No_</p>		
<p>3.9. ¿cree que los servicios de turismo de aventura son seguros en la ciudad de La Paz?</p> <p>Si_ No_</p>	<p>3.10. ¿cuál es su percepción en relación precio-calidad de las actividades de turismo de aventura?</p> <p>Bueno Malo regular</p>		
<p>3.11. ¿Anteriormente usted realizo turismo de aventura?</p> <p>Sí_ No_</p>			

3.11.1. ¿Usted recomendaría la actividad de turismo de Aventura que realizo? SI NO	3.11.2. Según su percepción, ¿Cómo considera los servicios complementarios que utilizo? (Alojamiento, alimentación, transporte y guía) Malo Regular Bueno Muy bueno Excelente
3.12. Según la dificultad del turismo de aventura ¿Qué actividad prefiere? Actividades de dificultad baja Actividades de dificultad media Actividades de dificultad alta	3.13. Según el entorno natural en el que se realiza el turismo de aventura, ¿Qué actividad prefiere? Actividades de Agua (kayak-descenso en canoa) Actividades de tierra (trekking-caminatas) Actividades de aire (Parapente-vuelo en paracaídas)
3.14. ¿Qué tipo de turismo prefiere dentro de la ciudad de La Paz? (solo marque 1 respuesta) Turismo cultural Turismo de aventura Turismo gastronómico Turismo rural otro	3.15. ¿Qué tipo de viaje prefiere realizar en un turismo de aventura? (considere que es un turismo especializado) Individual Organizado (agencia de viajes) Otro_.
3.16. ¿Cuánto suele invertir en un viaje de turismo de aventura al día? Menos de 100 De 101 a 200 De 201 a 300 Más de 301	3.17. ¿Cuánto tiempo se queda en el destino de aventura? Menos de 1 día 1 día 2 días 3 días Más de 4 días
3.18. ¿Cómo se enteró del destino de turismo de aventura? Televisión Radio Facebook Otras redes sociales Amigos o familiares Otro:	3.19. ¿usted, volvería a realizar turismo de aventura en la ciudad de La Paz? Si No
3.20. Cree Ud. ¿Que el turismo de aventura, por su baja masificación es un turismo sostenible el cual se puede aplicar en la ciudad de La Paz? Si_ No_	3.21. Cree Ud. Que el turismo debería desarrollarse con un enfoque más consiente y amigable con la naturaleza. Si_ No_
3.22. ¿Antes de la pandemia del COVID-19, que tipo de turismo preferiría? Puede marcar varias opciones Turismo de sol y playa Turismo rural Turismo gastronómico Turismo de aventura Turismo cultural Otro	3.23. ¿Después de la pandemia del COVID-19, que tipo de turismo prefiere? Puede marcar varias opciones Turismo de sol y playa Turismo rural Turismo gastronómico Turismo de aventura Turismo cultural Otro
3.24. ¿Antes de la pandemia del COVID-19, donde prefería viajar? Destinos locales Destinos nacionales Destinos internacionales	3.25. ¿Después de la pandemia del COVID 19, donde prefiere viajar? Destinos locales Destinos nacionales Destinos internacionales
3.26. ¿Cree usted que la demanda del turismo de aventura cercanos a la ciudad de La Paz aumento después de la pandemia del COVID-19? Si NO	3.27. ¿Cuándo prefiere realizar turismo de aventura? Vacaciones de invierno Vacaciones de verano Fines de semana Todo el año

ANEXO A

**INFORME DE OPINION DE EXPERTOS INSTRUMENTO
VALIDACION DE LA ENCUESTA**

1. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional: *H. Sante Oscar Incaula*

Cargo o institución: *Docente Encuesta Casos Comunes UNSA*

Autor del instrumento: Heidi Yoselin Pacajes Paez.

Tesis: Perfil del turista interno en la modalidad del turismo de aventura en la ciudad de La Paz.

Ing. Lic. Dante Enrique Caero Miran
Colegio de Profesionales en Turismo
Registro CPT - 001 - A - 07

2. ASPECTOS DE VALIDACION

INDICADORES	ITEM	MEDICION DE VALIDACION													
		Las preguntas están redactadas de manera clara		El lenguaje es apropiado para el encuestado		Los indicadores son precisos		Las preguntas tienen una secuencia lógica		Las preguntas evalúan el nivel de conocimiento de los encuestados con el tema investigado		Existe coherencia con las preguntas y las variables		El instrumento responde al propósito de la investigación	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Gusto por los viajes	Motivación de viaje														
Compañía de viaje															
Actividades de viaje															
Tipo de viaje															
Relación Precio calidad															
Medios de información															
Motivos de viaje															
Ocupación	Características socio-económicas														
Ingreso mensual															
Nivel de gasto diario															
Nivel de instrucción															
Tiempo de estadía															
Servicios consumidos															
Viajes anuales															
Gusto y preferencia por el turismo de aventura	Gustos y preferencias														
Entendimiento del turismo de aventura															
Motivo para realizar turismo de aventura															
Grado de riesgo del turismo de aventura															
Conocimiento del equipo de turismo de aventura															
Percepción de seguridad en actividades de turismo de aventura															
Tipo de turismo el cual prefiere en la ciudad de La Paz.															
Recomendación y percepción del servicio de aventura															
Dificulta preferida del turista															
Entorno natural preferido por el turista															
Tipo de viaje preferido en turismo de aventura															
Inversión de viaje en turismo de aventura															
Tiempo de estadía en turismo de aventura															
Medio de Información en un viaje de turismo de aventura															
Preferencia de turismo antes y después de la pandemia del COVID 19															
Preferencia de viaje del turista según el lugar															
Temporalidad preferida en turismo de aventura															

Observaciones.....

Recomendaciones.....

ANEXO B

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO
CUESTIONARIO**

Docente, Msc. Dante Caero Miranda, mediante la presente, hago constar que el instrumento para la recolección de datos "Cuestionario" utilizado en la tesis para optar para el título a nivel licenciatura: **"PERFIL DEL TURISTA INTERNO EN LA MODALIDAD DE TURISMO DE AVENTURA EN LA CIUDAD DE LA PAZ"**, elaborado por la universitaria **HEIDI YOSELIN PACAJES PAEZ**: reúne los requisitos necesarios para ser considerados válidos y confiables, por tanto, es apto para ser aplicados y alcanzar los objetivos que plantea la presente investigación.

Atentamente:

.....
FIRMA DEL EVALUADOR

MSc. Lic. Dante Enrique Caero Miranda
Colegio de Profesionales en Turismo
Registro CPT - 001 - A - 07

ANEXO A

**INFORME DE OPINION DE EXPERTOS INSTRUMENTO
VALIDACION DE LA ENCUESTA**

1. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional: *lic. Joaquin Freddy Alvarez Chacañ...*

Cargo o institución: *Docente - Universidad Tecnológica Boliviana*

Autor del instrumento: Heidi Yoselin Pacajes Paez.

Tesis: Perfil del turista interno en la modalidad del turismo de aventura en la ciudad de La Paz.

2. ASPECTOS DE VALIDACION

INDICADORES	ITEM	MEDICION DE VALIDACION													
		Las preguntas están redactadas de manera clara		El lenguaje es apropiado para el encuestado		Los indicadores son precisos		Las preguntas tienen una secuencia lógica		Las preguntas evalúan el nivel de conocimiento de los encuestados con el tema investigado		Existe coherencia con las preguntas y las variables		El instrumento responde al propósito de la investigación	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Gusto por los viajes	Motivación de viaje														
Compañía de viaje															
Actividades de viaje															
Tipo de viaje															
Relación Precio calidad		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
Medios de información															
Motivos de viaje															
Ocupación	Características socio-económicas														
Ingreso mensual															
Nivel de gasto diario															
Nivel de instrucción		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
Tiempo de estadía															
Servicios consumidos															
Viajes anuales															
Gusto y preferencia por el turismo de aventura	Gustos y preferencias														
Entendimiento del turismo de aventura															
Motivo para realizar turismo de aventura															
Grado de riesgo del turismo de aventura															
Conocimiento del equipo de turismo de aventura															
Percepción de seguridad en actividades de turismo de aventura															
Tipo de turismo el cual prefiere en la ciudad de La Paz.															
Recomendación y percepción del servicio de aventura		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
Dificulta preferida del turista															
Entorno natural preferido por el turista															
Tipo de viaje preferido en turismo de aventura															
Inversión de viaje en turismo de aventura															
Tiempo de estadía en turismo de aventura															
Medio de Información en un viaje de turismo de aventura															
Preferencia de turismo antes y después de la pandemia del COVID 19															
Preferencia de viaje del turista según el lugar															
Temporalidad preferida en turismo de aventura															

Observaciones *las encuestas deberán ser realizadas a grupos cercanos a operadores de Turismo para tener una mejor precisión en la información*


Recomendaciones

ANEXO B

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO
CUESTIONARIO**

Docente, Lic. Joaquin Freddy Alvarez Chacón, mediante la presente, hago constar que el instrumento para la recolección de datos "Cuestionario" utilizado en la tesis para optar para el título a nivel licenciatura: **"PERFIL DEL TURISTA INTERNO EN LA MODALIDAD DE TURISMO DE AVENTURA EN LA CIUDAD DE LA PAZ"**, elaborado por la universitaria **HEIDI YOSSELIN PACAJES PAEZ**: reúne los requisitos necesarios para ser considerados válidos y confiables, por tanto, es apto para ser aplicados y alcanzar los objetivos que plantea la presente investigación.

Atentamente:


.....
FIRMA DEL EVALUADOR

ANEXO A

**INFORME DE OPINION DE EXPERTOS INSTRUMENTO
VALIDACION DE LA ENCUESTA**

1. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional: Lic. Alejandra Paz Frías

Cargo o institución: Encargada de Pasajes

Autor del instrumento: Heidi Yoselin Pacajes Paez.

Tesis: Perfil del turista interno en la modalidad del turismo de aventura en la ciudad de La Paz.

*Lic. Alejandra Paz Frías
ENCARGADA DE PASAJES Y VIATICOS
CAJA GENERAL
MINISTERIO DE GOBIERNO*

2. ASPECTOS DE VALIDACION

INDICADORES	ITEM	MEDICION DE VALIDACION													
		Las preguntas están redactadas de manera clara		El lenguaje es apropiado para el encuestado		Los indicadores son precisos		Las preguntas tienen una secuencia lógica		Las preguntas evalúan el nivel de conocimiento de los encuestados con el tema investigado		Existe coherencia con las preguntas y las variables		El instrumento responde al propósito de la investigación	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Gusto por los viajes	Motivación de viaje														
Compañía de viaje															
Actividades de viaje															
Tipo de viaje		✓		✓		✓		✓				✓	✓		✓
Relación Precio calidad															
Medios de información															
Motivos de viaje															
Ocupación	Características socio-económicas														
Ingreso mensual															
Nivel de gasto diario															
Nivel de instrucción		✓		✓		✓		✓				✓	✓		✓
Tiempo de estadía															
Servicios consumidos															
Viajes anuales															
Gusto y preferencia por el turismo de aventura	Gustos y preferencias														
Entendimiento del turismo de aventura															
Motivo para realizar turismo de aventura															
Grado de riesgo del turismo de aventura															
Conocimiento del equipo de turismo de aventura															
Percepción de seguridad en actividades de turismo de aventura															
Tipo de turismo el cual prefiere en la ciudad de La Paz.		✓		✓		✓		✓				✓	✓		✓
Recomendación y percepción del servicio de aventura															
Dificulta preferida del turista															
Entorno natural preferido por el turista															
Tipo de viaje preferido en turismo de aventura															
Inversión de viaje en turismo de aventura															
Tiempo de estadía en turismo de aventura															
Medio de Información en un viaje de turismo de aventura															
Preferencia de turismo antes y después de la pandemia del COVID 19															
Preferencia de viaje del turista según el lugar															
Temporalidad preferida en turismo de aventura															

Observaciones.....

.....

Recomendaciones.....

.....

.....

ANEXO B

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO
CUESTIONARIO**

Docente, Lic. Alejandra Paz Frias....., mediante la presente, hago constar que el instrumento para la recolección de datos "Cuestionario" utilizado en la tesis para optar para el título a nivel licenciatura: **"PERFIL DEL TURISTA INTERNO EN LA MODALIDAD DE TURISMO DE AVENTURA EN LA CIUDAD DE LA PAZ"**, elaborado por la universitaria **HEIDI YOSSELIN PACAJES PAEZ**: reúne los requisitos necesarios para ser considerados válidos y confiables, por tanto, es apto para ser aplicados y alcanzar los objetivos que plantea la presente investigación.

Atentamente:


.....
FIRMA DEL EVALUADOR
Lic. Alejandra Paz Frias
ENCARGADA DE PASAJES Y VIÁTICOS
CAJA GENERAL
MINISTERIO DE GOBIERNO