

4. Desarrollo Regional

La Evaluación de la Actividad del Montañismo en el Huayna Potosí como Producto Turístico

Gallardo Montevilla, Micaela; IICSTUR TURISMO

micaelagm95@gmail.com

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Universidad Mayor de San Andrés

Resumen

El nevado Huayna Potosí es una de las montañas más representativas del Municipio de La Paz, Bolivia por su accesibilidad y afluencia turística. Actualmente, las empresas turísticas ofrecen a los clientes productos turísticos que en muchos casos no se adecúan a los requerimientos del turista.

La presente investigación tiene como objetivo evaluar la actividad del montañismo como producto turístico en el Huayna Potosí a través del contraste de percepciones del guía, agencias de turismo y el turista que realiza dicha actividad, evaluando, los componentes del producto turístico como son: Servicios turísticos, Infraestructura (Transporte) e Instalaciones turísticas (Accesibilidad, Estado de conservación de rutas) para poder mitigar y prevenir los problemas futuros.

La investigación es de carácter cualitativo y cuantitativo, tiene un alcance descriptivo y los instrumentos fueron empleados a los guías de montaña (Grupo Focal), Agencias de turismo (Entrevistas) y turistas (Encuestas).

Como resultados se pudo identificar diferentes percepciones respecto a la conservación del entorno, la restauración, seguridad entre otras recomendaciones que sugieren los sujetos de investigación.

En conclusión, se debe trabajar con los actores de esta actividad (turistas, guías de montaña, operadoras de turismo, población local y entidades gubernamentales) para satisfacer las necesidades de todos.

Palabras clave: Evaluación, Actividad del montañismo, Producto Turístico

Introducción

La Cordillera Real de los Andes muestra paisajes geográficos impresionantes que son apropiados para el desarrollo de la actividad del montañismo. Una de las montañas más representativas de la Cordillera y del Municipio de La Paz, Bolivia, es el nevado Huayna Potosí por su accesibilidad y afluencia turística. Actualmente, los productos turísticos ofertados por las diferentes agencias de viajes y Tour operadoras que brindan servicios dentro de la Cordillera Real, en general son pocos o no estudiados antes de lanzar un nuevo producto turístico ya que solo se basan en las experiencias previas que en muchos casos no se adecuan a los requerimientos del cliente y/o turista, generando insatisfacción con el servicio o con el destino turístico.

En este sentido, es importante realizar una evaluación de la actividad del montañismo en el Huayna Potosí como producto turístico para poder mitigar y prevenir o anticiparse a los problemas que puedan surgir en el desarrollo de la actividad turística para brindar un mejor servicio de calidad en el Huayna Potosí.

Asimismo, es importante considerar que: “Cuando el turista elige un destino, espera que su experiencia tenga relación con las expectativas que se formó en forma

global, pues, la evaluación posterior a su experiencia no la hará por separado sino en una suma de sus experiencias.

Tomando en cuenta todos los servicios que consume durante su visita como alojamiento, alimentación, guiaje y por supuesto los atractivos que motivaron su visita”. (QUISPE, 2013). Por consiguiente, el producto turístico comprende diferentes elementos que hacen a los servicios del Huayna Potosí como es el hospedaje, las agencias de viajes, la alimentación, transporte, el guía entre otros servicios complementarios para poder adquirir la experiencia que desee el turista o cliente. Cada servicio que reciba el turista ira sumando en la satisfacción del cliente y en la calidad del servicio.

Objetivos

Objetivo General

- Evaluar la actividad del montañismo en el Huayna Potosí a través del contraste de percepciones del guía, agencias de turismo con el fin de responder a los requerimientos básicos.

Objetivos Específicos

- Valorar la actividad del montañismo en el Huayna Potosí desde la percepción del guía de montaña, de las agencias de viajes

y de los turistas nacionales y/o extranjeros respecto al análisis de la situación del destino, de la demanda y de la oferta turística como producto turístico.

- Contrastar la percepción del turista respecto de los servicios turísticos recibidos con las agencias o tour operadoras y guías de turismo respecto a la evaluación del producto turístico Huayna Potosí.
- Señalar las posibles líneas de acción para cada actor de la actividad del montañismo.

de carácter exploratoria- descriptivo y los instrumentos fueron empleados a los siguientes actores:

- ❖ **Guías de Turismo:** Se realizó una sesión de grupo focal con Guías de Montaña. Profesionales en Turismo y aficionados a la montaña.
- ❖ **Agencias de Viajes:** Se realizó entrevistas en profundidad con los gerentes y/o counters de las Agencias de Viajes.
- ❖ **Turistas:** Se realizó encuestas a los turistas nacionales y extranjeros.

Materiales y Métodos

La investigación es de carácter cualitativo y cuantitativo, el tipo de investigación es

Se realizó una revisión bibliográfica y se utilizó una metodología incluida en el **“MANUAL PARA LA PLANIFICACIÓN**

CUADRO N°1 “METODOLOGÍA PARA UN PRODUCTO TURÍSTICO”

1. ANÁLISIS DEL DESTINO	ACCESIBILIDAD	Sistemas de transporte (Rutas, terminales, vehículos, etc.)
	ATRATIVOS	Naturales, Culturales, eventos programados, etc.
	ACTIVIDADES	Prácticas a realizar en diferentes espacios, deportes, visita a monumentos y lugares especiales, etc.
	SERVICIOS BÁSICOS	Energía, agua, seguridad.
2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA	MERCADO NACIONAL	Afluencia anual de la demanda, percepciones, etc.
	MERCADO EXTRANJERO	
3. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA	INFRAESTRUCTURA	Transporte, comunicaciones e informaciones
	SERVICIOS TURÍSTICOS	Hospedajes, restaurantes, etc.

Fuente: Elaboración propia en base al “Manual para la planificación de productos turísticos”

DE PRODUCTOS TURÍSTICOS” que elaboró la Embajada de Suiza en Perú en mayo del 2014.

POBLACIÓN Y MUESTRA

MUESTRA: No probabilística porque no se cuenta con un listado completo de los turistas.

TURISTAS:

ASPECTO	ESTABLECIMIENTO DE CUOTA
CANTIDAD	60 Turistas Extranjeros
	30 Turistas Nacionales
PERMANENCIA EN EL DESTINO	2 Días de permanencia
EDADES	Entre 15 a 36 años

FUENTE: Elaboración propia

OPERADORAS DE TURISMO:

ASPECTO	ESTABLECIMIENTO DE CUOTA
CANTIDAD	10 Agencias de Viajes
LEGALIDAD	Legalmente establecidas
UBICACIÓN	Ciudad de La Paz-Bolivia
OFERTA	Oferten turismo de montaña o aventura

FUENTE: Elaboración propia

GUÍAS DE TURISMO: Se realizó un “Grupo Focal”

ASPECTO	ESTABLECIMIENTO DEL GRUPO FOCAL
CANTIDAD	2 Guías de turismo clásico y aficionados a la montaña.
	2 Licenciados en Turismo y aficionados a la montaña.
	1 Guía Local del Huayna Potosí. 3 Guías de Alta Montaña de la Asociación de Guías de Montaña y Trekking de Bolivia.
EXPERIENCIA LABORAL	3 a 28 años
ESPECIALIDAD	Aficionados o especialistas en montaña.
EDADES	Entre 22 a 50 años

FUENTE: Elaboración propia

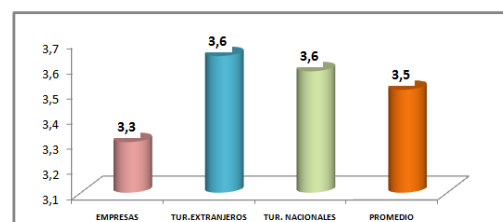
Resultados y Discusión

Realizando un análisis de los datos obtenidos de las operadoras de turismo, turistas y guías de montaña se puede observar los resultados más relevantes para la presente investigación.

1. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL HUAYNA POTOSÍ:

la percepción de las operadoras de turismo con el guía de montaña señala que existe poca o nada de conservación a causa de la generación de basura en el destino. Sin embargo, la percepción del turista es contraria ya que consideran que la conservación del Huayna Potosí se encuentra en un estado de conservación buena (36 % turistas extranjeros) y (42% turistas nacionales). En promedio total se tiene **3,5** de calificación generando un resultado de Poco Conservado con tendencia a Conservado.

FIGURA N° 1 “ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL HUAYNA POTOSÍ”

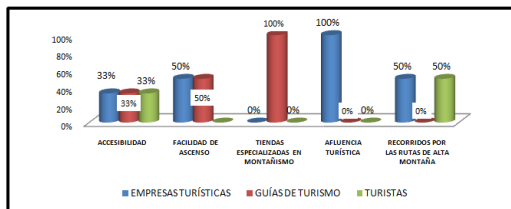


FUENTE: Elaboración propia en base a los datos obtenidos.

2. Aspectos positivos (fuertes) del Huayna Potosí: Los sujetos de estudio coinciden que uno de los aspectos positivos del Huayna

Potosí es la accesibilidad al destino, posteriormente las operadoras de turismo con los guías de montaña coinciden con la facilidad de ascender el nevado con 50%. Posteriormente, los turistas coinciden con las empresas turísticas que un aspecto positivo son: los recorridos por las rutas de alta montaña con un 50%.

FIGURA N° 2 "ASPECTOS POSITIVOS DEL HUAYNA"

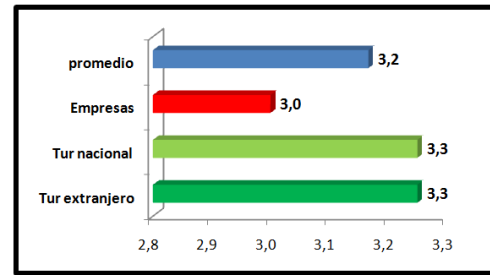


FUENTE: Elaboración propia en base a los datos obtenidos.

3. Precio al destino Huayna Potosí:

Se puede observar que el promedio general es de 3,2 dentro de la escala Likert donde 1 es Alto y 5 es Bajo, el precio se encuentra en un estándar medio, es decir, no es ni caro ni barato. Posteriormente, las empresas turísticas y guías de turismo coincidieron que se encuentra medianamente bajo ya que para esta actividad debería existir un estándar de precios para que no exista esa varianza entre agencias de viajes que ofertan dicho producto turístico.

FIGURA N° 3 "Precio del producto turístico Huayna Potosí"

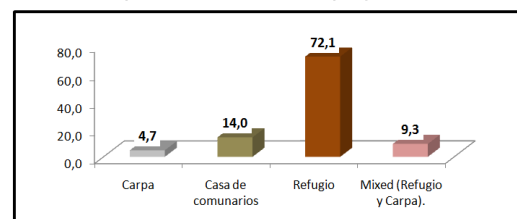


FUENTE: Elaboración propia en base a los datos obtenidos.

4. Hospedaje en el Huayna Potosí:

las agencias de viajes ofrecen como tipo de hospedaje los refugios existentes en el Huayna Potosí (90%) y el otro 10% ofrece una combinación de carpa y refugio. En este sentido, los turistas tanto nacionales (83%) como extranjeros (84%) utilizaron los refugios como medio de hospedaje y una pequeña proporción utiliza una combinación de carpa y refugio. Sin embargo, los guías de montaña discrepan con las construcciones de refugios en la montaña porque en algunos casos son "elefantes Blancos" que no tienen utilidad o funcionalidad, asimismo, estos establecimientos están generando impactos medioambientales a la montaña.

FIGURA N° 4 "Tipo de establecimiento de Hospedaje"



FUENTE: Elaboración propia en base a los datos obtenidos.

5. Restauración en el Huayna

Potosí: De acuerdo a las percepciones obtenidas por los actores de esta actividad, el 100 % de las operadoras de turismo cumple con el servicio de alimentación en el Huayna Potosí porque ofrecen paquetes turísticos (Todo incluido/All included). Los turistas extranjeros se muestran neutral, es decir, no le parece insatisfactoria ni satisfactoria la alimentación con 44% y los turistas nacionales muestran el mismo panorama, pero existe un grupo que si está de acuerdo con la afirmación propuesta con un 42%. Los guías de montaña afirman que no pueden influir en la alimentación porque estas son dadas por las agencias de viajes, pero aconsejan que las comidas deban ser ligeras porque el organismo cambia en la montaña y la digestión es más lenta.

6. Condición física necesaria para esta actividad:

Las agencias de viajes concuerdan con el turista que se les informe acerca de la condición física necesaria para realizar esta actividad. Los turistas están de acuerdo con la agencia de viajes con un 33% (nacionales) de los encuestados y el 28% (Extranjeros). Sin embargo, existe un porcentaje que se encuentra en

desacuerdo con las agencias (12% turistas extranjeros y 8% nacionales). En este sentido, los guías mencionan que existen personas que subestiman a la montaña y algunas agencias no especifican los riesgos que uno corre en la misma.

7. Seguridad del cliente: Las agencias de viajes o tour operadoras el 80% cuenta con una póliza de responsabilidad civil y el 20% no cuenta con la misma. Sin embargo, los turistas desconocen de la misma y el 32% de turistas extranjeros se muestran indiferentes a la pregunta que se le hizo respecto si la agencia de viaje contaba con un botiquín de primeros auxilios puede ser por desconocimiento u otro factor y el 50% de turistas nacionales muestra el mismo panorama. Por otro lado, el guía de montaña menciona que los guías son los encargados de atender al turista en caso de algún efecto o accidente en la montaña por esta razón cada guía debe conocer acerca de primeros auxilios y rescate básico, asimismo, afirman que cada turista viene asegurado desde el extranjero para poder realizar alguna de estas actividades.

8. Relación con las Entidades

Gubernamentales: Las agencias de viajes afirman que reportaron irregularidades observadas durante su visita a las entidades gubernamentales respectivas (gobernación, municipios y Viceministerio de turismo) con un 56% y el restante 44% no cumple porque mencionaron que se debe hacer seguimiento y eso implica tiempo porque si no se queda estancada la denuncia. Respecto a la relación de los guías con las entidades gubernamentales mencionaron que no se da la importancia necesaria a esta actividad ya que se tiene proyectos de reglamentos estáticos durante varias gestiones que no se lograron dar la vigencia respectiva y otro problema es que no se

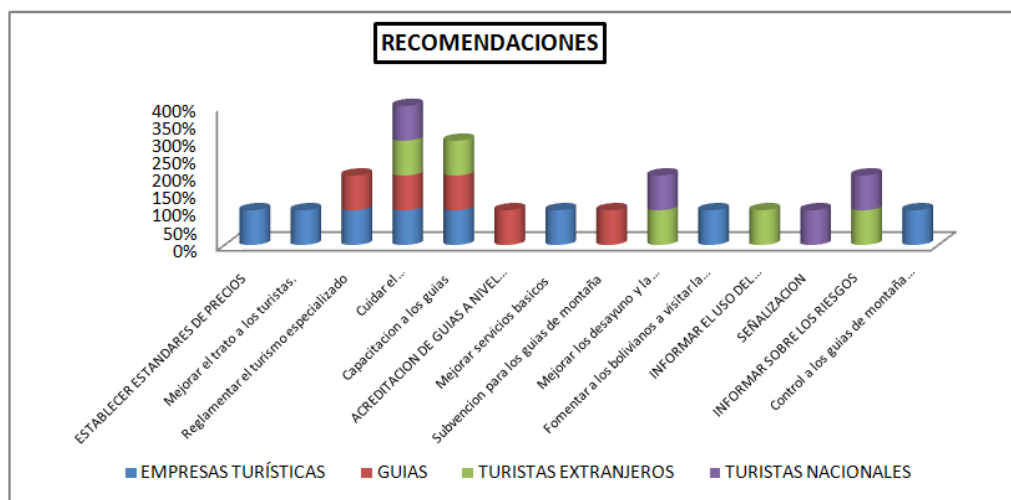
brinda la acreditación a nivel nacional a los guías de montaña.

9. Recomendaciones y sugerencias para mejorar la actividad del montañismo:

Los tres actores coincidieron con recomendar el cuidar el medio ambiente (Manejo de la basura, fomentar al reciclaje, etc.). Posteriormente, se recomienda capacitar a los guías de montaña de manera continua porque las técnicas y conocimientos cambian constantemente. Luego sugieren tanto los turistas nacionales y extranjeros que se debería informar acerca de los riesgos y peligros que enfrenta esta actividad, informar el uso del equipo (manejo de piolets) que mencionan los turistas extranjeros; Recomiendan tanto las agencias de viajes y los guías de montaña: Reglamentar el turismo

Figura N° 5

“Recomendaciones y Sugerencias para mejorar la actividad del montañismo”



FUENTE: Elaboración propia en base a los datos obtenidos.

especializado, establecer estándares de precios porque existe una competencia desleal entre agencias de viajes, asimismo, recomiendan mejorar el trato a los turistas y mejorar los servicios básicos (Luz, agua, servicios higiénicos, etc.). Los guías de montaña recomiendan establecer una subvención para los guías y acreditarlos a nivel nacional.

Por lo tanto, se puede observar que los turistas (nacionales y extranjeros) y las empresas no se encuentran satisfechos ni insatisfechos con la actividad del montañismo que se desarrolla en el Huayna Potosí y por la parte de los guías de montañas, se encuentran descontentos con la actividad ya que mencionan que va en un proceso de degradación.

Figura N° 6 “Evaluación General del producto Turístico Huayna Potosí”



FUENTE: Elaboración propia en base a los datos obtenidos.

En este sentido, se sugiere fomentar a los bolivianos a visitar la riqueza natural del Huayna Potosí (Demanda Nacional) y controlar a los guías de montaña (Certificación) y mejorar los desayunos y la alimentación en el Huayna Potosí y establecer una señalización para los recorridos como puntos de referencia.

Conclusiones

Logro del objetivo general

Para poder lograr el objetivo de esta investigación, se establecieron algunos instrumentos de recolección de datos y las metodologías establecidas y posteriormente se realizó el contraste de las percepciones de los actores involucrados que coadyuvaran a dar líneas de acción para mejorar la actividad del montañismo en el Huayna Potosí. En

este sentido, se llegaron a las siguientes conclusiones:

Conclusiones de los turistas

Se realizó las encuestas a turistas nacionales y extranjeros donde se pudo evidenciar en ambos casos que la mayoría que practica esta actividad es de género masculino y de edad entre 26 a 36 años seguidamente de 15 a 25 años. Asimismo, la gran parte de los encuestados consideran la actividad en el Huayna Potosí de dificultad media y se consideran aficionados al practicar esta actividad. Sin embargo, se puede evidenciar que los extranjeros tienen mayor preparación en la montaña ya que escalaron diferentes nevados en otros países y solo una parte de los nacionales practico esta actividad en otra montaña antes de ascender al Huayna Potosí. También se puede observar que el medio de hospedaje utilizado son los refugios existentes en el Huayna Potosí.

Por otro lado, los turistas extranjeros y nacionales no se encuentran insatisfechos ni satisfechos respecto al precio del producto turístico ofrecido por las agencias de viajes, el servicio de alimentación y el contar con un botiquín de primeros auxilios que puede ser por diferentes factores que se puede mejorar para llegar a satisfacer estas necesidades. Un dato importante es que la mayoría de los turistas extranjeros llegaron a través de una agencia de viajes a diferencia de

los turistas nacionales que llegaron a través de otro medio como en muchos casos fue el contacto directo con el guía de montaña.

Recomendaciones para los turistas

- ❖ No botar basura (Cuidar el medioambiente) y todo lo que se genere que se vuelva a llevar hasta el lugar de procedencia.
- ❖ Investigar e informarse sobre los requerimientos para la actividad del montañismo.

Conclusiones a las agencias de viajes y tour operadoras

De la misma forma, se realizó la entrevista a las operadoras de turismo donde se puede observar que las agencias de viajes ofrecen paquetes (All Included / todo incluido) por lo cual ofrecen hospedaje, transporte, guía, servicio de alimentación.

Respecto al precio ofrecido por las agencias de viajes consideran que existe una competencia desleal entre agencias de viajes por lo cual no es adecuada para esta actividad. Otro factor importante que se debe tomar en cuenta es el estado de conservación del Huayna Potosí ya que se considera que se encuentra poco conservado.

De acuerdo a la recopilación de datos las agencias de viajes no cumplen con el mantenimiento de los refugios ya que la mayoría no es propietaria de los mismos.

También, se puede observar que las agencias de viajes afirman cumplir con el botiquín de primeros auxilios, pero como se puede evidenciar en los resultados de los turistas ellos no coinciden con la misma respuesta.

Recomendaciones para las agencias y/o tour operadoras turísticas

- ❖ Estandarizar los precios para evitar la competencia desleal.
- ❖ Implementar un botiquín de primeros auxilios durante el recorrido.
- ❖ Brindar mayor información acerca de las destrezas y riesgos que requiere esta actividad en el Huayna Potosí.
- ❖ Realizar estudios de mercado para conocer el mercado del montañismo.
- ❖ Identificar el comportamiento del turista para brindar elementos recreativos dentro el campamento y secciones para que puedan dejar un recuerdo sobre su experiencia.
- ❖ Mejorar los menús sobre todo los desayunos (granos, cañawa y cereales).

Conclusiones de los guías turísticos

Finalmente, se realizó un grupo focal a los guías de montaña donde se puede observar que en su mayoría son de

género masculino y que tienen experiencia por su conocimiento y años de trabajo.

Por lo tanto, se realizó énfasis en el rol principal que desarrolla el guía de montaña porque garantiza la seguridad del cliente y solamente se puede realizar la misma a través de la formación donde el guía de montaña debe invertir en su capacitación, en idiomas y la relación con el cliente. Cabe mencionar, que los cambios que se generaron a través de los años trajeron consecuencias negativas para el medio ambiente como son los refugios que causan un desordenamiento territorial en la montaña, la contaminación (Basura) en el entorno y la masificación en el destino. Por otro lado, mencionaron que debe existir un reglamento que norme las construcciones dentro de la montaña, la contratación de los guías, especificación de roles para que cada actor se ocupe de su labor sin multiplicidad de tareas y que participen en su elaboración las partes involucradas para generar la pertinencia debida.

Recomendaciones para los guías de montaña

- ❖ Optimizar el trato hacia los turistas.
- ❖ Capacitarse constantemente en las técnicas, idiomas, primeros auxilios y el manejo de grupos (Interrelación con el cliente).
- ❖ Respetar el ritmo de sus clientes, sin apresurar y dar tiempo de descanso.

- ❖ Informar sobre la actividad del montañismo
- ❖ Enseñar el manejo del equipo de escalada

Después de haber realizado el análisis integral de los actores involucrados (Guías de montaña, Turistas y agencias de viajes) y sobre todo las preguntas con escala Likert, se puede determinar que la actividad del montañismo en el Huayna Potosí se encuentra en un término medio, es decir, **ni satisfecho ni insatisfecho** con una tendencia a estar **Satisfecho**.

Concluyendo que esta actividad en el Huayna Potosí es de gran importancia y es un punto de referencia para desarrollar la actividad turística de manera sostenible para las futuras generaciones ya que se puede evidenciar que existen aspectos negativos a mejorar como el tema principal que es la basura y la conservación del entorno del Huayna Potosí y el establecer un reglamento especializado en esta actividad.

Sin embargo, también se puede observar que el nevado Huayna Potosí recibe aproximadamente 4.785 (año 2016) llegadas turísticas anualmente, lo cual es una afluencia considerable y que a pesar de algunos aspectos insatisfechos, aprecian los paisajes y sus alrededores que muestra este atractivo turístico.

Bibliografía

- AGMTB. (2015). ASOCIACIÓN DE GUIAS DE MONTAÑA Y TREKKING DE BOLIVIA. Recuperado el 6 de noviembre de 2015, de <http://www.agmtb.org/index.php/quienes-somos/historia-de-la-agmtb>.
- CECI BOLIVIA. (Julio de 2017). Seminario Internacional en Turismo Comunitario Sostenible 2017. *Potencialidad para el Turismo Sostenible y Comunitario en la Comunidad de Llaullini*. La Paz, Bolivia.
- LÁZARO, J. (9 de Julio de 2010). *Estudios de productos turísticos: Turismo de Montaña*. Obtenido de http://www.fedme.es/download.php?doc=http://www.fedme.es/salaprensa/upfiles/30_F_es.pdf&name=Estudio-de-productos-de-turismo-de-montana-en-Espana.pdf
- Maldonado, J. (2004). *Turismo de Aventura en el Huayna Potosí*. La Paz.
- Mesili, A. (1996). *La Cordillera Real de Los Andes Bolivia*. La Paz: Los amigos del libro.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Perú. (2003). *Conceptos Fundamentales del Turismo*. Recuperado el 28 de Febrero de 2017, de <http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/>

Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazon
as.pdf

Anexos

- SANGALLI, W. (2016). *EL ANDINISMO Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO SOCIAL DE LA COMUNIDAD DE LLAULLINI ALEDAÑA AL NEVADO HUAYNA POTOSÍ EN EL AÑO 2011*. La Paz.
- TORREZ, M. (Junio de 2013). *Índice de riesgo y medidas de prevención en el deporte de Alta Montaña en el nevado Huayna Potosí*. La Paz.

Agradecimientos

Mi reconocimiento y gratitud a todas aquellas personas y empresas e instituciones que colaboraron con sus conocimientos, aportes y apoyo para la presente investigación.

ANEXO 1: RUTAS DEL CAMPO BASE AL CAMPO ALTO DEL HUAYNA POTOSÍ



FUENTE: Fotografía propia tomada el 8 de octubre de 2017.

ANEXO 2: CIMA DEL HUAYNA POTOSÍ



FUENTE: Fotografía propia tomada el 8 de octubre de 2017.