

07/09/2022



DIAGNÓSTICO DE CARACTERIZACIÓN DE JÓVENES DEL ÁREA RURAL Y PERIURBANA DE LOS DEPARTAMENTOS DE TARIJA, POTOSÍ Y LA PAZ

**CONSULTORIA
REALIZADA POR
PRODEPE SRL**



Contenido

Resumen Ejecutivo.....	4
Capítulo Introductorio	12
1. Antecedentes.....	12
2. Metodología del estudio del Diagnóstico.....	12
2.1. Etapas del diagnóstico.....	13
3. Contexto de la actividad turística, gastronomía y hotelería	17
3.1. Contexto nacional.....	17
Capítulo I - Tarija: Villamontes, Yacuiba.....	20
1. Contexto departamental de la actividad turística, gastronomía y hotelería	20
1.1. Turismo en el municipio de Yacuiba	21
1.2. Turismo en el municipio de Villamontes	26
2. Contexto de los jóvenes en área de intervención	32
2.1. Características generales.....	32
2.2. Perfil socioeconómico	34
2.3. Nivel de educación	37
2.4. Generación de ingresos.....	39
Gráfico 17. Situación de trabajo por primera vez según municipio	40
3. Oportunidades de Formación desde un enfoque sistémico, Tarija: Villamontes y Yacuiba	44
2.3. Relación transaccional, servicios de apoyo y actores	44
3.2 Limitaciones Sistémicas identificadas	49
4. Necesidades, demanda y uso de conectividad a internet.....	53
4.1 Compañías de servicio de internet	53
4.2 Uso de internet por parte de los jóvenes	56
5 Oportunidades de empleo y emprendimiento desde un enfoque sistémico	60
5.1 Relación transaccional, servicios de apoyo y actores	60
5.2 Limitaciones sistémicas identificadas.....	63
6 Oportunidades de acceso a herramientas tecnológicas.....	64
6.1. Herramientas tecnológicas	64
6.2 Acceso a plataformas y/o redes sociales	68
Capítulo II La Paz: El Alto.....	78
7 Contexto departamental de la actividad turística, gastronomía y hotelería	78
7.1. Turismo en el municipio de El Alto	78

7.1.1. Potencial turístico de El Alto.....	79
7.1.2. Percepción del turista	82
8 Contexto de los jóvenes en área de intervención	89
8.1. Características generales	89
8.2 Perfil socioeconómico	90
8.3. Nivel de educación	94
8.4 Generación de ingresos.....	95
9. Oportunidades de Formación desde un enfoque sistémico, La Paz: El Alto.....	98
9.1 Relación transaccional, servicios de apoyo y actores	98
9.2. Limitaciones Sistémicas identificadas	103
10. Necesidades, demanda y uso de conectividad a internet, La Paz: El Alto	105
10.1 Compañías de servicio de internet	105
11. Oportunidades de empleo y emprendimiento desde un enfoque sistémico.....	108
11.1 Relación transaccional, servicios de apoyo y actores	108
11.2. Limitaciones sistémicas identificadas	111
12. Oportunidades de acceso a herramientas tecnológicas.....	112
12.1. Herramientas tecnológicas	112
12.2. Acceso a plataformas y/o redes sociales	114
Capitulo III - Potosí: Llalagua, Uncia, Chayanta, Pocoata y San Pedro de Buena Vista.....	121
13 Contexto Departamental de la actividad turística, gastronómica y hotelería	121
13. Turismo en el Norte de Potosí	121
14 CONTEXTO DE LOS JOVENES EN EL AREA DE INTERVENCION	131
14.1. Características Generales.....	131
14.2. Perfil socioeconómico	132
14.3. Nivel de educación	136
14.4. Generación de ingresos.....	138
15. OPORTUNIDADES DE FORMACION DESDE UN PUNTO DE VISTA SISTEMICO	140
15.1. Relación transaccional, servicios de apoyo y actores	140
15.2. Limitaciones sistémicas identificadas	145
16. NECESIDADES DEMANDA Y USO DE CONECTIVIDAD A INTERNET	147
16.1. Compañías de servicio de internet	147
16.2. Uso de internet por parte de los jóvenes	147
17. OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO DESDE UN ENFOQUE SISTÉMICO	150

17.1. Relación transaccional, servicios de apoyo y actores	150
17.2. Limitaciones sistémicas identificadas	153
18. OPORTUNIDADES DE ACCESO A HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	154
18.1. Herramientas tecnológicas.....	154
18.2. Acceso a plataformas y/o redes sociales.....	157
Capitulo IV - CONCLUSIONES	164

Resumen Ejecutivo

Según datos de la OIT (Tendencias mundiales empleo juvenil 2022, OIT), los jóvenes experimentan una pérdida del empleo mucho mayor que el de los adultos, durante la época de la pandemia se generó el cierre de varias empresas, además, de que las empresas que sobrevivieron a la crisis económica provocada por la pandemia prefirieron retener a sus trabajadores que contratar nuevos trabajadores.

Los jóvenes perdieron sus empleos o no consiguen uno nuevo por lo que corren el riesgo de estar atrapados en un empleo informal, con bajos salarios y sin ninguna seguridad social y de salud.

La interrupción de la educación ha generado una ampliación de las brechas de aprendizaje entre jóvenes de zonas rurales y urbanas, debido a que durante más de un año no accedieron a una educación no solo por cierres de unidades educativas, también se ha generado una disminución en la calidad educativa provocando abandonos del sistema educativo, principalmente en el sector rural.

Bajo este escenario el proyecto ATN/ME -19127-BO ejecutado por ICCO, busca incrementar las oportunidades socioeconómicas en gastronomía y turismo de la población rural y periurbana y disminuir las brechas existentes de género y entre poblaciones de indígenas y no indígenas, en las zonas de intervención: Norte de Potosí, Chaco Tarijeño y ciudad de El Alto.

Para poder cumplir con el objetivo señalado anteriormente es que se contrata los servicios de la empresa consultora PRODEPE SRL para poder realizar un estudio: “Diagnostico de caracterización de jóvenes del área rural y periurbana de los departamentos de La Paz, Potosí y Tarija”.

El capítulo introductorio del trabajo de diagnóstico, explica la metodología que incorporó el enfoque sistémico, considerando metodologías como Cadena de valor con DSM (Desarrollo de Sistema de Mercado) de la Organización Internacional del Trabajo, una herramienta de investigación que permite comprender las causas de por que existe un problema donde se generen asimetrías y desigualdades en una relación de mercado, este enfoque se caracteriza por orientar a entender las poblaciones desfavorecidas dentro de los sistemas de mercado (análisis) y determinar cómo generar un cambio efectivo (acción, donde se hace énfasis en abordar las causas subyacentes (en lugar de los síntomas) de un desempeño ineficiente.

Para desarrollar el enfoque se ha considerado etapas de diagnóstico para levantar la información cualitativa y cuantitativa:

- *Primera Etapa: recopilación de información de actores claves*
- *Segunda Etapa: recopilación de información de jóvenes a través de encuestas y grupos focales*
- *Tercera Etapa: Reuniones grupales.*

Para el levantamiento de información de cuantitativa se realizaron encuestas en las tres regiones:

Departamento	Municipio	Tamaño de Muestra
Tarija	Villamontes	45
	Yacuiba	105
El Alto	El Alto	210
Potosí	Chayanta	20
	Llallagua	52
	Pocoata	33
	San Pedro de Buena Vista	38
	Uncia	28

El capítulo I: diagnóstico de Tarija: Yacuiba y Villamontes. Se realiza un análisis del contexto en su actividad turística, gastronómica y hotelera, en esta región se evidencia que se realizaron políticas importantes para posesionar el turismo a nivel nacional e internacional, la marca Tarija Aromas y Sabores ha alcanzado niveles interesantes de posicionamiento tanto en el ámbito turístico como en el ámbito de la gastronomía y la producción alimentaria, por lo que se constituye en un buen paraguas en el que los municipios de Villamontes y Yacuiba podrían acogerse para certificar tanto su gastronomía como su turismo.

El potencial turístico en Yacuiba es muy inicial, no existe un flujo turístico regular en la localidad, la mayor parte de la gente llega para hacer compras al otro lado de la frontera y luego se va. Existe ya un turismo organizado, los lugares potenciales que se identifica son el cerro Aguaragüe, la laguna Santa Martha en la que los fines de semana se puede disfrutar de navegación y gastronomía, una ruta del mate, apelando a la tradición chaqueña de matear, paseos en tren desde Yacuiba hasta Villamontes integrando ambos municipios.

La Plataforma Turística de Villamontes se ha convertido en un eje articulador de toda la cadena turística, incluyendo la superestructura nacional y plataformas ambientales, lo que favorece el impulso del desarrollo de la región.

Se está trabajando en la valoración del patrimonio alimentario de la región, por ejemplo, se ha logrado que se declare como Patrimonio del Chaco al plato preparado por la comunidad Weenayek: pescado a la mordaza. Se incentiva el uso de ingredientes nativos en helados, chocolates y otros postres, entre los ingredientes que se utilizan está el algarrobo, y otras plantas nativas del Chaco. Finalmente se quiere mejorar la producción vitivinícola para obtener un vino chaqueño que forme parte de la Ruta de Aromas y Sabores del departamento. Todas estas acciones pretenden construir encontrar una sola identidad turística para la región.

El contexto de los jóvenes en Yacuiba y Villamontes, Se realizaron encuestas en ambos municipios obteniendo datos **socioeconómicos**, se entrevistó a 150 jóvenes de los cuales 52% fueron mujeres y 48% varones, se entrevistó principalmente a jóvenes menores de 25 años, representando más del 70%.

La mayoría de los jóvenes entrevistados tienen un nivel de educación secundaria concluido, 88% en Yacuiba, mientras que en Villamontes el nivel de educación es algo más variado, con un 16% de técnico medio y también con un porcentaje a nivel de licenciatura.

La mayoría de los jóvenes han generado ingresos por el trabajo realizado en los últimos tres meses. Los jóvenes en Yacuiba con esta característica se concentran más en la edad de 16 a 25 años representando mayor

porcentaje frente a Villamontes. La mayor parte de estos trabajos no significan buenas condiciones laborales porque tienen que ver con el comercio o una actividad informal. La mayor parte de los jóvenes que trabajaron indicaron que no fue su primer trabajo, en general un 63% no lo habían hecho por primera vez en Villamontes y de la misma forma 67% en Yacuiba.

Las mujeres de la región se dedican principalmente a las labores de casa, estudiar y negocios de gastronomía, mientras que los varones se dedican a trabajar como ayudantes, artesanos y mecánicos. En el municipio de Yacuiba, las mujeres el 30% se dedican solo a estudiar, más del 60% se dedican actividades productivas y/o servicios, incluyendo labores de casa.

Al realizar el análisis sistémico de la formación técnica profesional, se cuenta con un marco normativo que facilita la programación y desarrollo de la formación técnica profesional, donde se promueve el desarrollo de capacidades que respondan a la vocación productiva del territorio.

Las funciones de apoyo al sistema de formación profesional en Yacuiba y Villamontes, están en relación a acceder a: información; infraestructura y equipamiento; financiamiento y formación de docentes. Los jóvenes puedan acceder a formación en áreas técnicas principalmente de gastronomía, en ambos municipios existe una oferta interesante, en diferentes niveles formativos: nivel básico, auxiliar, medio y superior.

Se puso en evidencia que Villamontes y Yacuiba cuentan con una actividad turística que ha madurado en los últimos años; por lo que existe un escenario promisorio para que las distintas actividades relacionadas al turismo se fortalezcan y por consiguiente exista una mayor necesidad de fortalecer también la formación en estos ámbitos.

La limitación sistémica está orientada a una demanda insatisfecha de formación técnica profesional, las causas de este problema están relacionados a una baja calidad de servicio; acceso a información turística y además una débil promoción turística por ser destinos poco conocidos; limitada innovación en gastronomía. La retroalimentación generada por los turistas en cuanto a sus percepciones, no es eficientemente canalizada, y, la oferta que se genera con nuevos emprendimientos y negocios del sector no responden totalmente a las exigencias de la demanda turística. Por tanto, en Yacuiba y Villamontes la formación no está dirigida a satisfacer los requerimientos específicos que requiere la demanda turística.

Débil articulación entre actores respecto a la transmisión de información efectiva desde los consumidores finales (turistas) recogida por los prestadores de servicio, hacia los centros de formación. Es importante destacar que existe una mayor voluntad política en Villamontes que en Yacuiba, esto se traduce en la promoción de una plataforma turística multi-actor, se ha convertido en un espacio de concertación y articulador de diferentes actores de la cadena turística, incluyendo la superestructura nacional y plataformas ambientales, lo que favorece el impulso del desarrollo turístico y gastronómico de la región.

Necesidades, demanda y uso de conectividad a internet, las compañías de servicios de internet tanto en Villamontes como en Yacuiba son: ENTEL, TIGO y VIVA. El 98% de los jóvenes encuestados en Villamontes y el 95% de los jóvenes en Yacuiba utilizó internet en los últimos tres meses. El 100% de los jóvenes encuestados utilizó el celular como principal medio para conectarse a internet tanto en Yacuiba como Villamontes.

Oportunidades de empleo y emprendimiento desde un enfoque sistémico, producto de la pandemia y del cierre de varios negocios dedicados al turismo y otros sectores, los jóvenes vieron la necesidad de poder optar por otras fuentes de ingresos que derivaron en la generación de nuevos emprendimientos, entre ellos los de gastronomía tal como se pudo constatar en el levantamiento de información con los jóvenes. El sector de

turismo está en un momento de reactivación, impulsado por un turismo interno, con ciertas características: un desplazamiento de personas de ciudades a zonas rurales, de corta duración y hacia destinos cercanos. Este hecho se puede considerar en una oportunidad para generar un enfoque de turismo rural, liderado por jóvenes con ideas innovadoras, donde se propongan espacios abiertos, con cercanía a la naturaleza y gastronomía local.

En Villamontes el 73% de los jóvenes no cuentan con un emprendimiento, sin embargo, existe un porcentaje del 27% de los jóvenes que si emprende; en Yacuiba existe un porcentaje de 28%. De los jóvenes que sí tienen un emprendimiento, el 42% en Villamontes y el 50% en Yacuiba mencionaron que está relacionado a la gastronomía, el resto indicó que su negocio tiene que ver con turismo, abarrote, la bisutería, la fotografía, la venta de abarrotes, venta de dulces, venta de utensilios, reparación de electrodomésticos, mercadería y comercio.

Limitación sistémica relacionado empleabilidad y emprendimiento, los centros de formación profesional que ofrecen procesos de formación, todavía no cuentan con programas dirigidos a hotelería y turismo y gastronomía (con enfoque hacia promover una cultura emprendedora), tomando en cuenta que ambas regiones tienen una riqueza turística que ya es valorada a nivel nacional e internacional, lo que genera oportunidades para que los jóvenes puedan promover sus propios emprendimientos.

En general los jóvenes no cuentan con los conocimientos técnicos para el mejor aprovechamiento de la tecnología de información, los porcentajes se encuentran en un 30 % que tienen un conocimiento intermedio, en manejo de internet.

Los conocimientos son todavía mucho más limitados cuando se refiere a uso de office, la mayoría solo usa whatsapp y facebook, pero solo utilizan para comunicarse.

En el Capítulo II diagnóstico de la ciudad de El Alto, se realizó un trabajo cualitativo y cuantitativo, para analizar la parte cuantitativa se analiza el contexto del turismo en el departamento de La Paz y su conexión a la ciudad de El Alto. El departamento de La Paz cuenta con centros turísticos que atraen miles de visitantes al año: Copacabana, Tiahuanaco, la ruta de la muerte que incluye Los Yungas, pero además es el centro desde el cual el turista puede desplazarse por vía aérea o terrestre hacia Uyuni, Rurrenabaque, Santa Cruz y otros puntos, cuenta con infraestructura turística apta para la recepción de visitantes de todos los segmentos de gasto.

La dinámica de las actividades turísticas de la ciudad de La Paz puede favorecer a la ciudad de El Alto, lamentablemente ésta última es una ciudad con problemas de ordenamiento del transporte público, comercio informal y convulsiones sociales frecuentes, lo que provoca inseguridad al momento de la prestación de servicios turísticos y cierta resistencia a la inclusión de estas actividades en circuitos integrados, en especial en operadores de turismo de gasto medio alto y gasto alto.

La ciudad de El Alto es el eje distribuidor de las rutas hacia el interior del departamento, al resto del país y por la ubicación del aeropuerto también a diferentes países, para el turismo en la ciudad de La Paz. Esta ubicación estratégica podría aprovecharse para generar flujos turísticos mayores a los que recibe en la actualidad que es sólo del 5% a nivel departamental para turistas extranjeros y 21% para turistas nacionales.

Por su cercanía a la ciudad de La Paz, El Alto casi forma parte de circuitos que inician y terminan en la hoyada, por tanto, los comentarios respecto a los atractivos de ésta ciudad no están claramente diferenciados a excepción del recorrido por los cholets y “Cholitas Wrestling”. Respecto a los servicios de gastronomía y hotelería se analizan los comentarios de los turistas tanto en Tripadvisor como en Booking y otras OTA’s (Online Travel Agency).

De acuerdo a las calificaciones de los servicios de hoteles y restaurantes, el componente negativo es bastante alto, por lo que es importante revisar principalmente estos comentarios. Lo que se refleja de esa revisión es que El Alto es considerado como un lugar de paso en el que los turistas buscan un hotel lo más cerca posible al aeropuerto para no tener problemas con su conexión. Es por esta misma razón que aconsejan pagar un poco más y bajar hasta La Paz para obtener mejores servicios y que el tiempo ahorrado por la ubicación del hospedaje no vale la pena.

De la fase de diagnóstico cuantitativa se realizaron 210 encuestas en la ciudad de El Alto estuvo compuesto por el 67% de mujeres y el 33% de varones, que se convirtieron en el grupo representativo para el desarrollo de los diferentes tipos de análisis.

El 38% de los jóvenes en El Alto tienen entre 4 y 5 integrantes que conforman su familia y un 26% lo tienen entre 6 y 7 integrantes, lo que indicaría que a diferencia de Tarija son familias más grandes. Estas cifras que representan a más del 50% de todos los encuestados implican mayores necesidades en el entorno familiar.

En general, la mayor parte de los jóvenes tiene una educación a nivel secundario (52.9%), que guarda relación con la edad que tienen. El siguiente nivel de formación con mayor proporción corresponden a jóvenes que tienen un nivel de formación de técnico básico (18.6%) y después técnico auxiliar (9%).

La mayoría de los jóvenes han generado un ingreso por algún trabajo realizado en los últimos tres meses. De los jóvenes que trabajan, para el 40% fue su primera vez, la mayor parte se concentra en jóvenes con edad de 21 a 25 años (18%), lo que a decir por la edad ya cuentan con algún nivel de formación o capacitación. Por su parte, los jóvenes que indicaron que no fue la primera vez representa el otro 60% y también corresponde a los jóvenes de 21 a 25 años.

Oportunidades de Formación desde un enfoque sistémico en la ciudad de El Alto, el contexto de los actores de la ciudad de El Alto está relacionado a un contexto donde el sector turístico y gastronómico está en una etapa inicial, existe necesidad de formación y asistencia técnica, para promover nuevos emprendimientos que ofrezcan servicios innovadores y de mejor calidad.

De la Cámara Hotelera en La Paz, se menciona que los hoteles en El Alto no tienen la categoría de turismo. Hay poca afluencia de turistas, los hospedajes que existen no tienen el fin de hacer turismo, sino que los fines son comerciales, de tránsito u otros. A los Cholets no se ha incentivado de la manera esperada; El mantenimiento de un restaurant para que esté dirigido al turismo es alto por lo que es difícil incursionar. En El Alto se tiene una actividad económica muy familiar porque el miedo es tener una carga laboral que no se pueda cumplir, es por eso que no se contrata personal.

En aspectos de género se pudo evidenciar que las mujeres alinean su preferencia específicamente a formarse en gastronomía, hotelería y turismo, mientras que los varones orientan su demanda a una formación en habilidades digitales. Un aspecto relacionado al acceso a información y oportunidad de formarse en tecnologías de la información y comunicación es mayor por parte de los varones.

El ecosistema empresarial para promover el turismo y la gastronomía es débil, no llega a atender las diferentes demandas en la cadena de valor turística, existe vacíos institucionales que ofrezcan servicios de desarrollo empresarial estratégicos, que promuevan negocios innovadores, sostenibles y sustentables.

Necesidades, demanda y uso de conectividad a internet, El Alto, el 99% de los jóvenes encuestados en El Alto utilizó internet en los últimos tres meses, el 62% estuvieron conectados a través de un celular, el 19% conectado en computadora, 17% en laptop y 2% en una tablet.

Los jóvenes en la ciudad de El Alto en un 93% se conectan desde su casa. Solo el 3% de los entrevistados mencionó que se compra datos para acceder a internet. Un dato de género es que las mujeres se conectan en mayoría a través de un celular, no accediendo a dispositivos como computadoras.

Oportunidades de empleo y emprendimiento desde un enfoque sistémico, de los jóvenes entrevistados en la ciudad El Alto solo el 16% han afirmado que cuenta con su propio negocio, de este porcentaje el 40% de los emprendimientos está relacionado a la gastronomía y una sola persona dijo que su emprendimiento tiene que ver con actividades de turismo y hotelería.

De los jóvenes encuestados el 52% ha alcanzado el nivel secundario, el 18% ha alcanzado el nivel técnico básico y en menores proporciones el técnico medio y técnico superior. Solo el 6,2% ha alcanzado el nivel de licenciatura.

Las mujeres hacen mayor uso de WhatsApp e Instagram desde un punto de vista porcentual, mientras que los varones utilizan Facebook y Tiktok. Los usos que hombres y mujeres les dan actualmente a las redes sociales es similar, pero cuando mencionan sus expectativas a futuro los hombres buscan fortalecer sus capacidades y conocimientos técnicos, mientras que las mujeres buscan aplicar estas herramientas en sus empleos o emprendimientos.

Los jóvenes de la ciudad de El Alto tienen un alto espíritu emprendedor que se demuestra en generar emprendimientos con una visión más de largo plazo, aun estando en una ciudad con acceso a tecnología e información se ha identificado en los grupos focales brechas tecnológicas que aun impiden un aprovechamiento adecuado hacia la investigación y mejoramiento empresarial.

El capítulo III, diagnóstico de Norte Potosí: Lllallagua, Uncia, Chayanta, Pocoata y San Pedro de Buena Vista.

Si bien Potosí es uno de los departamentos con mayor flujo turístico del país por la presencia del Salar de Uyuni y el Parque Nacional Toro Toro, las corrientes turísticas, en especial las internacionales no llegan a todas las regiones, como es el caso de los municipios ubicados al norte. Esta región, por su cercanía con el departamento de Oruro, se beneficia más bien de turismo nacional procedente de ese departamento, es necesario analizar ambos departamentos para comprender el contexto turístico del norte de Potosí.

La ciudad de Oruro recibe mayor cantidad de visitantes que la ciudad de Potosí, pero eso se debe al turismo nacional que representa en promedio el 90%, mientras que en Potosí es del 71%. Las rutas, los atractivos están muy ligados al pasado minero y por tanto a las comodidades que se gozaban con el auge de la minería, no es común ver teatros o campos de golf en poblaciones intermedias. Para lograr un verdadero desarrollo turístico se debe poner en valor la infraestructura minera en la que se nota el abandono y el inevitable deterioro.

Al no existir flujos de turismo regular a Pocoata, Chayanta y San Pedro de Buena Vista no existen percepciones sobre el servicio que brindan los restaurantes y alojamientos, esto representa en sí una oportunidad, ya que se pueden generar servicios que brinden desde un principio buena calidad. Esto debería ir paralelamente al desarrollo de turismo comunitario trabajado con municipios y comunidades, lo que podría impulsar la construcción de infraestructura mínima, señalización y principalmente la investigación y conservación de restos paleontológicos y arqueológicos del área.

La actividad económica principal en Potosí es la actividad minera, la Extracción de Minas y Canteras. Esta actividad representa el 39% del PIB departamental y le sigue en importancia los Servicios de la Administración Pública, con una participación del 18%, la actividad turística es muy baja, es por eso que tampoco no hay una institucionalidad que promueva el turismo en el norte de Potosí.

Se realizaron 170 encuestas, encuestado para el desarrollo del estudio socioeconómico estuvo compuesto por el 60% de mujeres y el 40% de varones. En los municipios estudiados de Potosí, los jóvenes en un 34% tienen familias de 4 a 5 integrantes, en San Pedro de Buena Vista se tiene 46%, Uncía 43% y Llallagua 32% y 45% tienen más de 5 integrantes, exponiendo de esta forma mayores necesidades en el entorno familiar. Por su parte, los jóvenes en Chayanta indicaron tener entre 1 a 3 integrantes en un 41% y sólo 24% más de 5 integrantes.

El 63.5% de los jóvenes en los municipios de Potosí tiene una educación a nivel secundario, que guarda relación con la edad que tienen. El siguiente nivel de formación con mayor proporción corresponden a jóvenes que tienen un nivel de formación de técnico auxiliar (14%), esto se ve principalmente en San Pedro de Buena Vista y Uncía.

En los municipios de Pocoata y San Pedro de Buena Vista la mayor parte de los jóvenes han trabajado en los últimos tres meses, a diferencia de Chayanta, Llallagua y Uncía. En relación a la edad de los jóvenes que sí han trabajado, esta se concentra más en la edad de 16 a 20 años. Se puede destacar que, la mayor parte de estos trabajos corresponden a la actividad agrícola y de construcción.

Los jóvenes de Chayanta un 24% ha indicado que sí tienen un emprendimiento y este tiene que ver con gastronomía, sigue en importancia Llallagua con un 21% y principalmente tienen que ver con gastronomía también.

El acceso a empleo es diferenciado para hombres y mujeres en el norte potosino, pero se observa que las mujeres han tenido mayores oportunidades debido a que se dedican a actividades relacionadas a la artesanía, confecciones y gastronomía. Mientras que los varones se dedican a la minería, electricidad y construcción. Hombres y mujeres indican que cuentan con trabajos que cumplen las condiciones laborales y sus salarios son justos.

Un aspecto importante de análisis también es que el tiempo que las mujeres disponen para el trabajo es de 1 a 4 horas diarias, es decir media jornada, mientras que los varones pueden prestar sus servicios en jornadas completas.

Oportunidades de formación desde un punto de vista sistémico. El servicio de apoyo de provisión de información que son todos aquellos datos que necesitan tener los demandantes, es decir los jóvenes o adultos que tienen la intención de formarse en gastronomía, hotelería o turismo y oferentes, instituciones e instancias que ofrecen un servicio de capacitación en estas áreas.

En cuanto a la **expectativa de los jóvenes** para optar por una formación en gastronomía, hotelería o turismo, en el levantamiento de información primaria, los jóvenes encuestados, (Base de Datos de Encuestas Potosí realizada con jóvenes), ante la pregunta: estaría interesado en ser parte de una formación en hotelería, turismo, gastronomía, la mayoría mencionó como primer interés a la gastronomía 46% luego el turismo 40% y hotelería 14%. En el siguiente gráfico se muestra que Chayanta y Llallagua son los dos municipios donde existe un mayor interés de optar una formación en gastronomía. En cambio Pocoata tiene un mayor interés en Turismo 69%, luego San Pedro de Buena Vista y luego Uncía.

Ante una situación donde no hay un ecosistema empresarial que promueva el turismo, y que las instituciones que se encuentran en esta región muestran un desconocimiento sobre el sector de turismo, hotelería y

gastronomía, nos ha llevado a contar con una oferta de servicios turístico y gastronómicos muy incipiente. Hay debilidad institucional para promover el desarrollo empresarial turístico, y el fortalecimiento de los CEAs e Institutos Técnicos para mejora la calidad del servicio en la región.

Necesidades demanda y uso de conectividad a internet, en el norte de Potosí ha ido mejorando y existen ya varias empresas que proporcionan los servicios de internet, sin embargo, nos mencionaron en las entrevistas y grupos focales que el servicio es inestable, existiendo problemas de acuerdo al tiempo, cayendo la señal cuando hay días sombreados o ventosos y más aún en las comunidades alejadas.

De los encuestados en los cinco municipios el 75% utiliza como principal dispositivo el celular, sin embargo, en Chayanta además del celular utilizan la computadora en un 14% y además de ambos una laptop un 7%.

Oportunidades de empleo y emprendimiento desde un enfoque sistémico. Existen instituciones de apoyo a los jóvenes y las actividades productivas de la región como es el caso de PRODII y otras ONG's. Fruto de esto existen emprendimientos locales interesantes y de innovación: Empresa Ecomalva SRL muestra los beneficios que tienen los mates surtidos de cedrón, manzanilla, hinojo, muña y tusawayu, además de las galletas de amaranto y las galletas y harina de oca. Son un ejemplo para los jóvenes de la región para promover el espíritu emprendedor.

En cuanto al mercado de trabajo, el 49,4% de los encuestados realizó un trabajo en los últimos tres meses. Los jóvenes en los municipios de San Pedro de Buena Vista y Pocoata, están en búsqueda de empleo, ya sea en la misma región como en otros municipios.

En Llallagua se mencionaron principalmente a los siguientes sectores donde los jóvenes se emplean: venta de productos, ayudantes de cocina, venta de tortas o pasteles, ayudante de carpintero, peluquería, repartidor del desayuno escolar, tiendas de vario, tiendas de vidrios.

En los demás municipios mencionaron con mayor frecuencia a las actividades de agricultura con la papa maíz, trigo y otros; luego los ayudantes de albañil, ayudante de flota y venta de productos. Es importante indicar que no se mencionó ningún oficio relacionado a la gastronomía, turismo u hotelería.

En análisis de limitaciones sistémicas se llega a identificar causas relacionadas a que no se ha promovido un trabajo en articular esfuerzo entre las instituciones, que permita desarrollar un ecosistema empresarial hacia el turismo como región, es necesario promover sinergias y alianzas que ayuden a implementar nuevos negocios liderizados por los jóvenes.

Capítulo Introductorio

1. Antecedentes

El objetivo general:

Realizar un estudio que permita identificar variables sociodemográficas, oportunidades de formación educativa en gastronomía, turismo y hotelería, acceso a tecnología y conectividad, oportunidades de emprendimientos y empleo para jóvenes rurales y periurbanos; y, brechas de género entre hombres y mujeres; y, brechas entre población indígena y no indígena en los departamentos de Potosí, Tarija y La Paz (El Alto).

Objetivos específicos:

- Determinar las variables socioeconómicas de la población beneficiaria del Proyecto.
- Identificar las oportunidades de formación educativa en gastronomía, turismo y hotelería y la oferta de las regiones para esos rubros.
- Identificar las necesidades, demanda y uso de conectividad a internet de los jóvenes rurales y periurbanos de los departamentos de Potosí, Tarija y La Paz.
- Identificar necesidades/oportunidades para emprendimientos propios con base tecnológica en los sectores de gastronomía, turismo y hotelería y las oportunidades de empleo en torno a estos emprendimientos.
- Establecer el acceso y conocimiento de los jóvenes a herramientas tecnológicas como Facebook, WhatsApp, Instagram, etc.
- Identificar las brechas de género entre hombres y mujeres; y las brechas entre población indígena y no indígena de las regiones determinadas.

Alcance:

- Yacuiba y Villamontes en Tarija;
- Llallagua, Uncía, Pocoa, San Pedro de Buena Vista y Chayanta en Potosí;
- La ciudad de El Alto en el departamento de La Paz

2. Metodología del estudio del Diagnóstico

El presente estudio ha sido realizado aplicando una metodología participativa e integral, incluyendo el enfoque de sistemas de mercado que busca analizar cómo las relaciones transaccionales funcionan, de tal manera que ofrezcan más oportunidades y beneficios a la población menos favorecida. Esta metodología contempla la recopilación de información de fuentes secundarias, pero principalmente primarias, ya que a partir de la información de los actores se construye el análisis y luego las propuestas.

Enfoque del análisis

Para el análisis del documento se incorporó el enfoque de sistémico, considerando metodologías como M4P y cadena de valor con DSM de OIT, una herramienta de investigación que permite comprender las causas de por que existe un problema donde se generen asimetrías y desigualdades en una relación de mercado, este enfoque se caracteriza por:

- Orienta a entender las poblaciones desfavorecidas dentro de los sistemas de mercado (análisis) y determinar cómo generar un cambio efectivo (acción).
- Énfasis en abordar las causas subyacentes (en lugar de los síntomas) de un desempeño ineficiente.
- Una ambición de desencadenar un cambio sistémico y a gran escala.

- Un compromiso con la sostenibilidad.
- Un rol facilitador.
- Un medio para complementar y fortalecer metodologías de desarrollo establecidas.

Bajo un enfoque de sistemas de mercado, las transacciones entre demandantes y oferentes está influenciado por las reglas (normativas existentes) y por los actores que brindan servicios de apoyo.

Las relaciones transaccionales que se analizan son las siguientes:

- Oferta Vs. Demanda de formación en gastronomía, turismo y hotelería
- Oferta Vs. Demanda de empleo y emprendimiento en gastronomía, turismo y hotelería

2.1. Etapas del diagnóstico

Primera Etapa: recopilación de información de actores claves

Se realizaron entrevistas con actores relevantes de los municipios de Yacuiba y Villamontes de Tarija:

- Gobierno Autónomo Municipal de Villamontes
- Unidad Educativa Villamontes
- Plataforma de Turismo de Villamontes
- Asociación de Guías de Turismo Villamontes
- Asociación de Agencias de Viaje Yacuiba
- CEA María Auxiliadora
- Instituto Tecnológico Villamontes

En El Alto se tomaron entrevistas a los siguientes actores:

- Gobierno Autónomo Municipal de El Alto
- Cámara Hotelera Departamental de La Paz

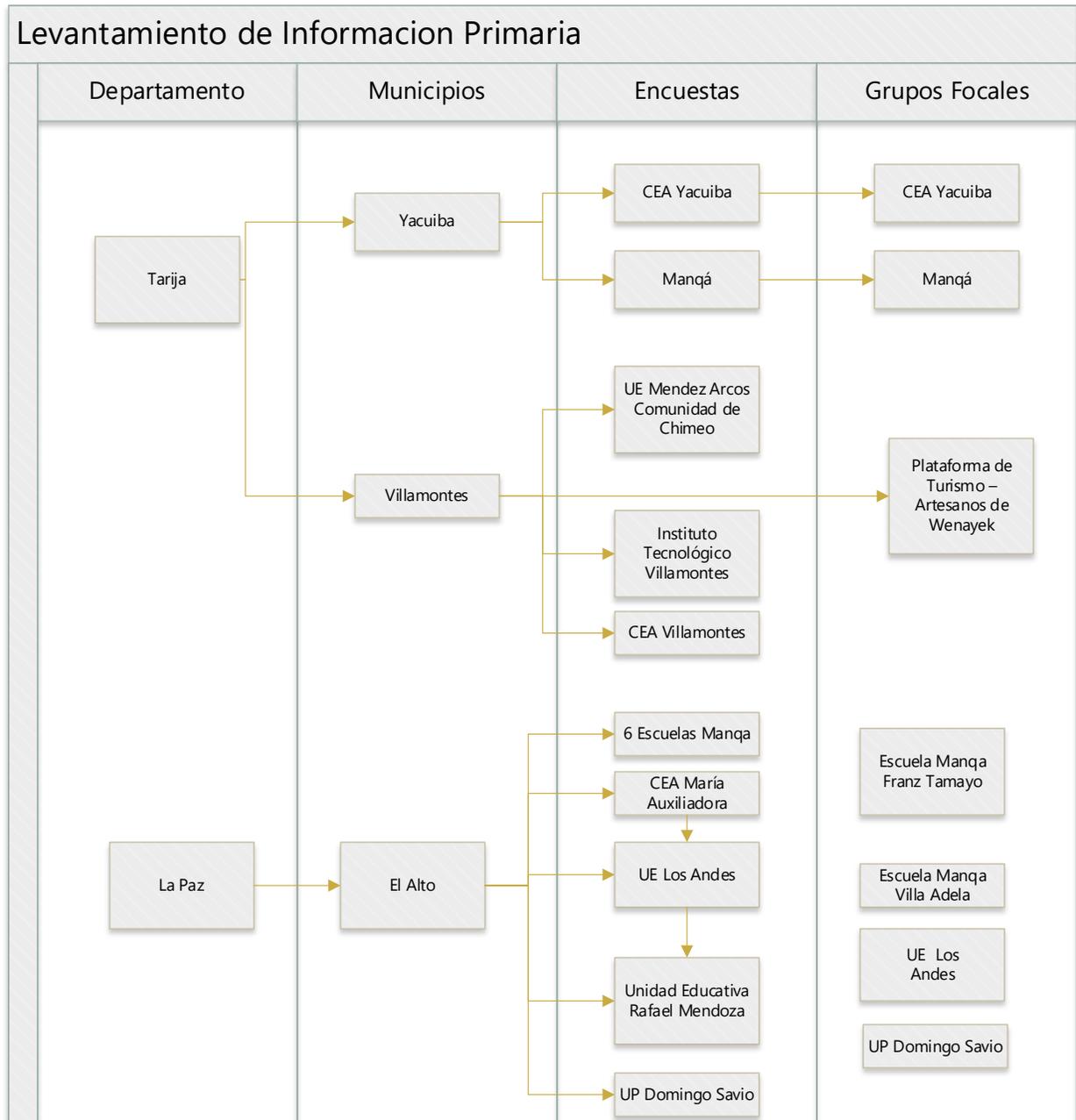
En Potosí se realizaron entrevistas con:

- Gobierno Autónomo Municipal de Uncia
- Gobierno Autónomo Municipal de Pocoata
- Gobierno Autónomo Municipal de San Pedro de Buena Vista
- Gobierno Autónomo Municipal de Chayanta
- CEA San Pedro de Buena Vista
- CEA Chayanta
- Red de Asociaciones de Pocoata

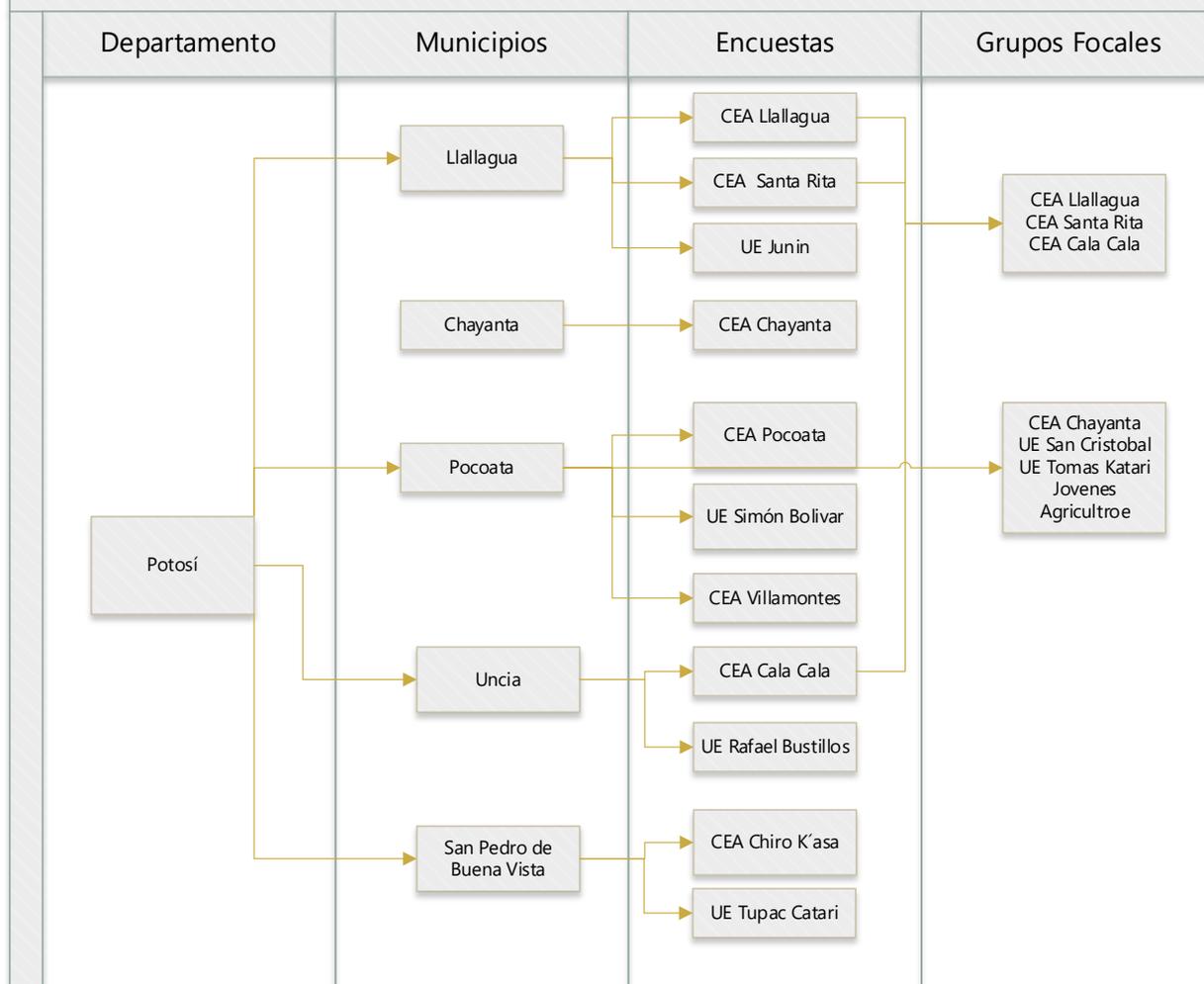
Segunda Etapa: recopilación de información de jóvenes a través de encuestas y grupos focales

El levantamiento de información estuvo enmarcado en su mayoría en jóvenes que estudian en Unidades Educativas, Centros de Educación Alternativa e Institutos Tecnológicos. El siguiente esquema muestra como se realizó la recolección de información primaria a través de encuestas y reuniones grupales.

En las encuestas, se ha seguido un muestreo del tipo intencional por la disponibilidad de las personas de formar parte de la muestra. En los grupos focales la recolección de la información ha sido cualitativa y ha profundizado la obtenida a través de las encuestas.



Levantamiento de Información Primaria



En cuanto al levantamiento de encuestas se cumplió con lo definido según el tamaño de muestra en los tres departamentos: Tarija 150, El Alto 210 y Potosí 170

Departamento	Municipio	Tamaño de Muestra
Tarija	Villamontes	45
	Yacuiba	105
El Alto	El Alto	210
Potosí	Chayanta	20
	Llallagua	52
	Pocoata	33
	San Pedro de Buena Vista	38
	Uncia	28

En el departamento de Tarija, el tamaño de la muestra fue de 150. En el municipio de Villamontes se tomaron 45 encuestas y en el municipio de Yacuiba fueron 105. Para la participación porcentual de cada municipio se

tomó en cuenta la población empadronada en el Censo de Población y Vivienda 2012 (CPV, 2012). El cálculo del tamaño de la muestra consideró una población finita, en el cual la confiabilidad de la muestra fue del 95%, y se tomó en cuenta un error estándar de: $\pm 8,0\%$.

Tabla 1. Tamaño de la muestra en Tarija

MUNICIPIO	POBLACIÓN	PARTICIPACIÓN	TAMAÑO DE LA MUESTRA
Villamontes	39.867	0,30	45
Yacuíba	92.245	0,70	105

FUENTE: Elaboración propia

La muestra resultante en El Alto fue de 210. Para la muestra, de manera referencial, se consideró una población en el Distrito 1 de 87.997 habitantes, en el Distrito 3 una población de 144.828, en el Distrito 5 una población de 104.226 y en el Distrito 8 de 121.843 habitantes. La participación de cada Distrito ha tomado en cuenta la población empadronada en el Censo de Población y Vivienda 2012 (CPV, 2012).

El cálculo del tamaño de la muestra consideró una población finita, en el cual la confiabilidad de la muestra fue del 95%, y se tomó en cuenta un error estándar de: $\pm 4,8\%$.

Tabla 2. Tamaño de la muestra en El Alto

DISTRITO	POBLACIÓN	PARTICIPACIÓN	TAMAÑO DE LA MUESTRA
Distrito 1	87.997	0,19	29
Distrito 3	144.828	0,32	47
Distrito 5	104.226	0,23	94
Distrito 8	121.843	0,27	40

FUENTE: Elaboración propia

En el departamento de Potosí, el tamaño de la muestra resultante fue de 170. El referente para la muestra, también, fue la población empadronada en el Censo de Población y Vivienda 2012 (CPV, 2012), de la cual se ha tomado en cuenta 16.129 habitantes en Chayanta, 41.104 en Llallagua, 26.330 en Pocoata, 30.012 en San Pedro de Buena Vista y 22.020 habitantes en Uncía.

Tabla 3. Tamaño de la muestra en Potosí

DISTRITO	POBLACIÓN	PARTICIPACIÓN	TAMAÑO DE LA MUESTRA
Chayanta	16.129	0.12	20
Llallagua	41.104	0.30	52
Pocoata	26.330	0.19	33
San Pedro de Buena Vista	30.012	0.22	38
Uncía	22.020	0.16	28

FUENTE: Elaboración propia

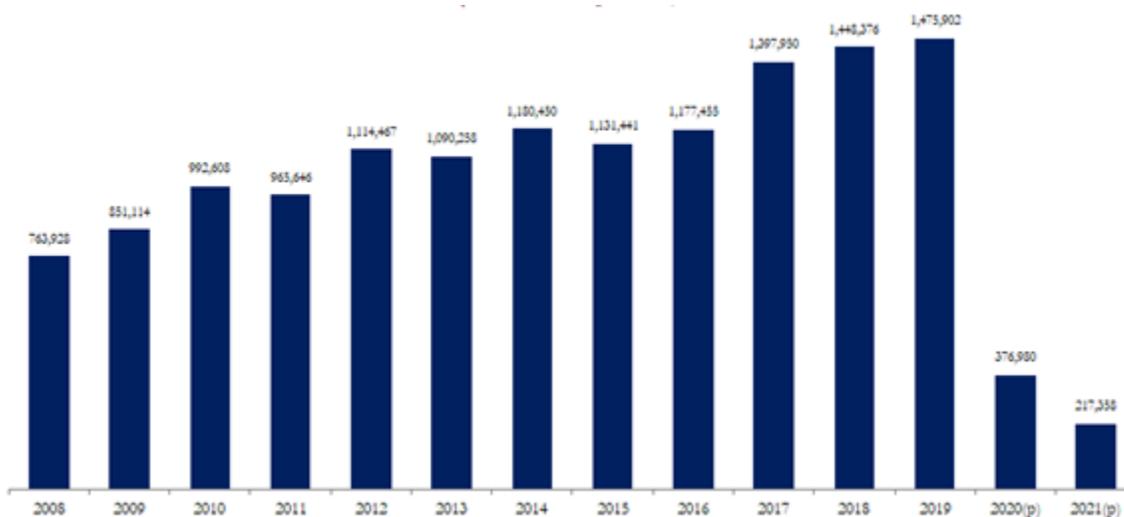
De acuerdo a la metodología propuesta, los resultados más relevantes obtenidos en el levantamiento de información cuantitativa a través de las encuestas, fueron profundizados en el grupo focal a través de la formulación de preguntas que invitaban a la participación activa de los participantes.

3. Contexto de la actividad turística, gastronomía y hotelería

3.1. Contexto nacional

Hasta 2019, el turismo aportaba el 3,7% al PIB nacional, los hoteles y restaurantes representaban el 2,5% del mismo, su crecimiento antes del colapso global logró superar el crecimiento del PIB total en Bolivia, constituyéndose en una de las actividades exportadoras más importantes para el país (Consultora Quimsa, 2020). Los ingresos por turismo receptivo, alcanzaron 828,52 millones de dólares, pese a los problemas sociales que afectaron el turismo a finales de 2019, duplicando los ingresos percibidos 10 años antes. La tendencia hasta octubre de 2019 era alentadora, sin embargo, los problemas sociales afectaron la actividad que empezó a recuperarse a inicios de 2020 para cerrarse definitivamente en abril de ese año.

Gráfico 1. Llegada de viajeros extranjeros 2008-2021
(en número de personas)



Fuente: INE (2022)

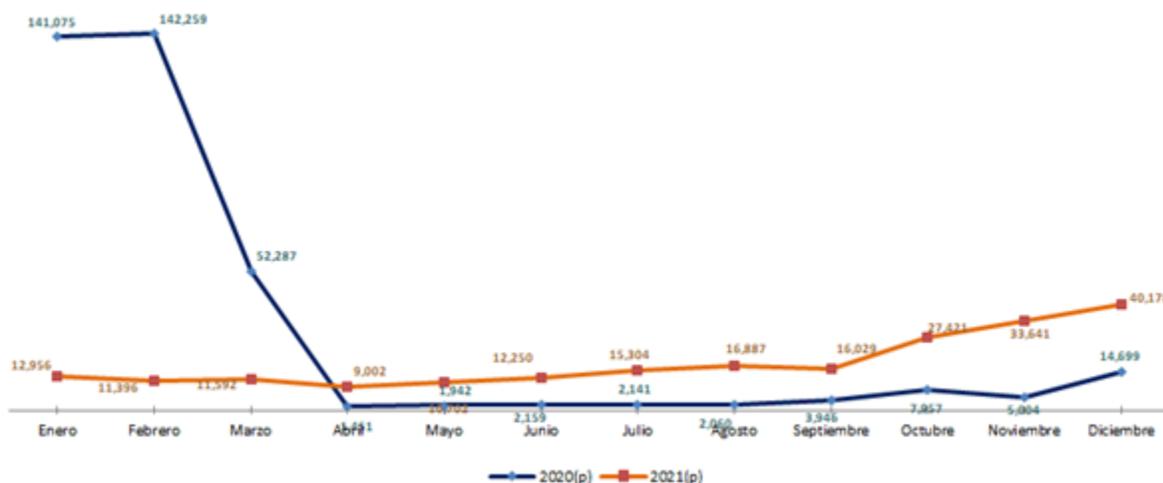
(P) Preliminar

Las primeras acciones de recuperación de la actividad turística se enfocaron, como en el resto del mundo, en el turismo interno y poco a poco abriendo las puertas al mercado regional. Los operadores de turismo coinciden en señalar que el turismo internacional (principalmente el europeo y asiático) volverá a alcanzar el volumen de 2019 en el año 2024.

Según Zurab Pololikashvili, secretario general de la Organización Mundial del Turismo, “la recuperación del turismo se ha acelerado en muchas partes del mundo, superando los desafíos que se interponen en su camino” y Bolivia no es la excepción. De acuerdo al Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, entre enero y mayo de este año, el turismo interno generó un movimiento de 1.489.320 turistas que generaron la

redistribución de 73,2 millones de bolivianos, adicionalmente el turismo internacional generó 1.076 millones de bolivianos debido a la llegada de 196.082 turistas extranjeros y connacionales que viven fuera del país. (Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, 2022).

Gráfico 2. Comportamiento de la llegada de visitantes extranjeros 2020 – 2021 (en número de personas)



FUENTE: INE 2022
(p) Preliminar

En el proceso de reactivación económica las empresas hoteleras adoptaron varias tácticas, entre las que se cuentan nuevas propuestas gastronómicas, catering y delivery principalmente, como parte de las estrategias de ajuste y reducción de costos fijos y de operación o el desarrollo de nuevos productos, de acuerdo a Luis Ampuero, Presidente de la Cámara Nacional de Hotelería, que en una declaración para el periódico El Deber de Santa Cruz en enero de este año mencionó, también, que el turismo interno y el corporativo fueron claves para la supervivencia de varias empresas hoteleras y que una verdadera reactivación de la actividad se espera a partir de septiembre de este año (Salinas, 2022).

Por otra parte, la innovación gastronómica en el país se inicia a principios de siglo con iniciativas tales como el evento Novo Boliviano que contaba en 2004 con el apoyo de la Cooperación Suiza que buscaba promocionar y promover el desarrollo de mercados para micro y pequeños productores en sintonía con la valoración de la cultura gastronómica boliviana, motivando la inclusión de ingredientes nativos tales como diferentes tipos de papa y la quinua en platos extranjeros cocinados por chefs de diverso origen entre ellos Suiza, Francia o Chile. En 2012, la iniciativa Gustu y las escuelas Manq'a aportan a esta nueva visión gastronómica con un fuerte impulso a la valoración del Patrimonio Alimentario Nacional a través de la recuperación de ingredientes, recetas y técnicas culinarias para innovar desde una visión de sostenibilidad que no había sido aplicada hasta ese momento en el país.

Tanto la industria hotelera como la gastronómica tienen un aporte importante a la actividad turística, esto puede observarse a través de la composición del gasto de turistas extranjeros en los que se observa que el alojamiento y los alimentos y bebidas constituyen más del 40% del gasto total efectuado en nuestro país.

**Tabla 4. Gasto turístico ⁽¹⁾ de visitantes extranjeros por año 2010 - 2021
(en millones de dólares americanos)**

TIPO DE GASTO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020 ^(p)	2021 ^(p)
TOTAL	425,41	502,54	527,05	556,95	655,42	692,50	738,54	802,57	816,26	837,29	188,61	190,26
Alojamiento	91,04	107,59	112,86	119,19	100,28	105,95	113,00	122,79	128,56	135,63	23,01	23,78
Compra de Bienes	92,74	109,80	115,47	121,42	140,26	148,19	158,05	171,75	173,04	175,82	54,60	55,37
Artesanías	26,38	30,46	32,48	35,53	53,09	56,13	59,88	65,01	70,22	76,19	21,03	21,50
Vestimenta	37,86	47,93	47,91	51,57	62,92	66,44	70,85	77,05	83,25	90,42	20,56	20,93
Otros ⁽²⁾	28,50	31,42	35,09	34,32	24,25	25,62	27,33	29,69	19,58	9,21	13,01	12,94
Gasto en Servicios	241,63	285,14	298,71	316,35	414,88	438,35	467,50	508,02	514,65	525,84	111,00	111,11
Alimentos y Bebidas	106,35	126,64	131,74	139,24	155,34	164,11	175,04	190,21	205,97	223,72	42,92	43,76
Transporte Interno	52,75	64,32	65,95	69,06	109,46	115,66	123,39	134,03	149,80	167,46	37,72	37,86
Esparcimiento	45,94	53,17	56,90	60,15	81,27	109,42	116,69	126,81	115,84	105,45	16,21	16,17
Otros ⁽³⁾	36,58	41,02	44,12	47,90	68,82	49,17	52,38	56,98	43,04	29,21	14,15	13,32

FUENTE: INE 2022

(p) Preliminar

(1): Estimación con base a la Encuesta de Gasto por Turismo Receptor 2014-2016 y el registro estadístico de flujo de llegada a Bolivia de visitantes extranjeros.

(2): Comprende la compra de souvenirs, regalos, etc.

(3): Comprende otros gastos diferentes a los especificados, como comunicaciones y servicios turísticos

En la actividad turística, la competitividad es un factor que no sólo afecta a una empresa, sino que debe ser planteada desde la integralidad del territorio. La calidad de servicios depende en gran medida de la formación del recurso humano que está en contacto directo con el visitante o como en el caso de la gastronomía provee de productos fundamentales para su disfrute. Ahí es donde radica la importancia de la formación de personal adecuado para atender esta demanda y la reactivación exitosa del sector. Noticias como la presencia de dos restaurantes bolivianos en las listas de los 50 mejores de Latinoamérica muestran el avance y la innovación de la gastronomía en el país. Gustu y Ali Pacha que forman parte de esta lista, figuran entre los favoritos del turista en Tripadvisor, la plataforma de recomendación de viajes más influyente y visitada de la web.

Capítulo I - Tarija: Villamontes, Yacuiba

1. Contexto departamental de la actividad turística, gastronomía y hotelería

A partir de 2008, Tarija trabajó en el fortalecimiento de una de sus cadenas productivas más importantes: la uva. A la que muy pronto se adhirieron otros productos como los jamones, berries, miel y el turismo. En 2012, el Festival Tarija Aromas y Sabores consolidó la idea de una marca territorial con mucho potencial que motivó la mejora de productos, procesos productivos y gestión. El 2014 marca el inicio del proyecto de la marca “Tarija, Aromas y Sabores” para productos derivados de la uva, jamones, quesos, mieles, berries y hierbas aromáticas que contribuyeron al desarrollo económico local. El proyecto involucró 6 municipios: Cercado, Uriondo, Padcaya, San Lorenzo, El Puente y Yunchará.

Una vez establecida la marca y con el fin de lograr la autosostenibilidad del proyecto, se creó una organización dedicada al buen funcionamiento de la misma, la que desde entonces ha estado certificando productos en toda la región. Los beneficios de esta certificación (TAS) implican el desarrollo del producto, asistencia técnica especializada, gestión de mojar empresarial, acceso y protección de mercados. Para este efecto se desarrollaron manuales y documentos técnicos que son la base para que los productores puedan solicitar la certificación y denominación de origen en el caso del singani. Cabe señalar que la marca Tarija Aromas y Sabores TAS se encuentra registrada en el SENAPI.

En lo que respecta al turismo, Tarija logró posicionar la “Ruta del vino” como un producto turístico visitado por nacionales y extranjeros, en este caso, la marca certifica a establecimientos de hospedaje, alimentación y operación turística con protocolos especiales para cada actividad. Esto repercutió directamente en el flujo turístico que se incrementó en casi el 50% entre 2010 y 2018, alcanzando casi 30.000 turistas extranjeros, mientras que el turismo nacional en casi 20% en el mismo periodo de tiempo.

Tabla 5. Llegada de visitantes a establecimientos de hospedaje a la ciudad de Tarija, según tipo de viajero por año 2010 – 2022 (en número de personas)

TIPO DE VIAJERO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021(p)	2022(p)
Tarija	78.574	72.495	73.674	79.211	90.703	93.448	86.172	99.232	100.409	100.210	33.219	61.318	37.082
Nacionales	58.069	53.966	54.249	67.246	78.265	80.173	60.518	69.757	70.435	71.564	30.652	59.724	35.539
Extranjeros	20.505	18.529	19.425	11.965	12.438	13.275	25.654	29.475	29.974	28.646	2.567	1.594	1.543

FUENTE: INE 2022

(p) Preliminar

La marca Tarija Aromas y Sabores ha alcanzado niveles interesantes de posicionamiento tanto en el ámbito turístico como en el ámbito de la gastronomía y la producción alimentaria, por lo que se constituye en un buen paraguas en el que los municipios de Villamontes y Yacuiba podrían acogerse para certificar tanto su gastronomía como su turismo.

1.1. Turismo en el municipio de Yacuiba

Es una población fronteriza con Argentina, por la que a diario cruzan visitantes y principalmente comerciantes realizando sus actividades cotidianas, existen reportes de prensa que señalan que esta actividad se ha incrementado en el último tiempo debido a la situación económica del país vecino. Su posición estratégica permite conocer el flujo de llegadas de extranjeros y nacionales.

Tabla 6. Llegada de viajeros internacionales por vía carretera en el puesto fronterizo Yacuiba, 2010-2022 (en número de personas)

TIPO DE VIAJERO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021(p)	2022(p)
Yacuiba	109.649	104.473	130.368	132.512	138.459	132.878	125.700	150.615	162.356	140.869	59.794	29.452	30.776
Nacionales	57.000	55.706	65.759	65.029	77.253	71.911	65.237	78.725	93.056	87.812	43.251	22.082	21.928
Extranjeros	52.649	48.767	64.609	67.483	61.206	60.967	60.463	71.890	69.300	53.057	16.543	7.370	8.848

FUENTE: INE 2022

(p) Preliminar

Si bien, la población, cuenta con un flujo de viajeros constante, no existen evidencias sobre si permanecen en la población con algún motivo o pasan directamente a Tarija o Santa Cruz. Esto debido a que no se cuentan con estadísticas hoteleras de esta población.

1.1.1. Potencial turístico de Yacuiba

La presidente de la Asociación de Agencias de Viaje, Yanet Rosas de Chaqueña Travel, señala precisamente el hecho de que no existe un flujo turístico regular en la localidad, la mayor parte de la gente llega para hacer compras al otro lado de la frontera y luego se va. Si bien existen establecimientos hoteleros de diferentes categorías, son en general empresas familiares, al igual que los restaurantes.

La oferta turística se restringe prácticamente a los paquetes que arma Chaqueña Travel que incluye un city tour visitando las plazas de la localidad y el mirador del cerro Aguaragüe. Cuando son bolivianos, se incluye el cruce del puente fronterizo para un tour de compras en la parte argentina.

De acuerdo a la Sra. Rosas, existe potencial turístico, pero no está siendo trabajado. Los lugares potenciales que identifica esta profesional son el cerro Aguaragüe, la laguna Santa Martha en la que los fines de semana se puede disfrutar de navegación y gastronomía, una ruta del mate, apelando a la tradición chaqueña de matear, paseos en tren desde Yacuiba hasta Villamontes integrando ambos municipios, o paseos a otros municipios como Caraparí, Sanandita, una ruta del vino entre haciendas que tiene la producción y la visita a las colonias Menonitas. Cabe señalar que ella ya organizó estos paseos y tuvo buenos resultados, pero no es algo que se realice con frecuencia.

De acuerdo a esta empresaria hace falta la formación del personal, en especial guías de sitio, de preferencia gente del lugar que enriquecería la visita con cultura y tradición chaqueñas. También se requiere capacitación al personal de restaurantes: mozos y camareras.

El Gobierno Autónomo Municipal de Yacuiba, en 2018, publicó un video de promoción de los atractivos de Yacuiba [1], en el mismo se detallan lugares en la ciudad:

Tabla 7. Atractivos turísticos identificados en la ciudad de Yacuiba.

COMUNIDAD	ATRATIVOS
Yacuiba (ciudad)	<ul style="list-style-type: none"> · Plaza principal 12 de febrero en la que se han instalado aguas danzantes y luces. · Plaza del Estudiante, en el centro político de la ciudad · Iglesia de San Pedro construida en honor del único santo que se libró del incendio de 1898 · Plaza Gral. Manuel Rodríguez Magariño donde se fundó la ciudad de Yacuiba. · Plazas barriales: Plaza Cornelio Saavedra, Plaza coronel Eustaquio Méndez, Plaza Eduardo Avaroa, Plaza Santa Candelaria, Plaza Melvin Jones, Plaza Cabo Juan, Plaza Los Libertadores, Plaza Oliverio Pelicheli y Plaza Fray Quebracho. · Los Estadios Provincial y Néstor Paz Galarza
Aguayrenda	<ul style="list-style-type: none"> · Mirador de la Cruz
Villa Primavera	<ul style="list-style-type: none"> · Laguna Santa Teresa, · Programa municipal “Pesque y pague”, · Paseos en lancha · Gastronomía
Sanandita	<ul style="list-style-type: none"> · Turismo histórico donde se encuentran los pozos construidos por la Standart Oil y la primera refinería del país. · Campamento de entrenamiento de la Escuela de Cóndores
El Palmar	<ul style="list-style-type: none"> · Hacienda Chañaral que brinda la posibilidad de experimentar la vida de una hacienda chaqueña · “Tradición chaqueña”, evento en que se muestra la habilidad del chaqueño, juegos y música tradicionales
Colonia Menonita	<ul style="list-style-type: none"> · Ofrecen al turista desayuno, paseos y almuerzo (cantón Caiza)
Itavicua	<ul style="list-style-type: none"> · Turismo ecológico en ecosistemas del chaco, senderos, lagunas y observación de flora y fauna nativas, se encuentra cerca del Parque Nacional Aguara Güe, cuentan con guías de naturaleza
Timboy de Tiguazu	<ul style="list-style-type: none"> · Aguas termales, caídas de agua, flora y fauna. · Serranía del Aguara Güe en el que se realiza trekking

De acuerdo al mismo video, el Gobierno Municipal tiene previsto el desarrollo de dos proyectos: El Complejo turístico hotelero en la comunidad de Timboy Tiguazu con cabañas, pozas de agua termal, piscina, área de camping y senderos hacia el mirador y las cascadas. Y el segundo proyecto en el trekking de la serranía del Aguara Güe donde además del sendero se quiere instalar puentes colgantes, gradas y áreas de camping con baños, además la construcción de dos albergues el primero en Sanandita y el segundo en Musuy y finalmente un museo de historia natural.

1.1.2 Percepción del turista

La percepción del turista puede obtenerse, ahora, a través de los comentarios que ellos escriben en páginas como Tripadvisor o Booking, este último enfocado en hoteles principalmente. Se ha realizado la revisión de estas páginas con el objetivo de que los comentarios sobre atractivos, hoteles y restaurantes sirvan para identificar falencias en el servicio turístico general de cada municipio.

En la búsqueda general de Yacuiba se encuentran 42 comentarios de toda la actividad turística, que corresponden a turistas nacionales y extranjeros y que han calificado el lugar y los servicios de la siguiente manera:

Tabla 8. Puntuación obtenida por empresas de servicio turístico en Tripadvisor

EMPRESA	N° COMENT.	NACIONALIDAD /IDIOMA	CLASIFICACIÓN DE COMENTARIOS	
Plaza 12 de agosto	4	Bolivia - español Argentina - español	Excelente Muy bueno Promedio	1 2 1
Hotel Paris 3.6	13	Brasil – portugués Bolivia - español Argentina - español Suecia – inglés Reino Unido - inglés	Muy bueno Promedio Pobre Terrible	7 4 1 1
Hotel Kooguazu 3.3	4	Serbia – inglés Brasil – portugués Bolivia - español	Muy bueno Promedio	2 2
Hotel Valentín 3.0	6	Reino Unido – inglés Bolivia - español Argentina - español Alemania - alemán	Muy bueno Promedio Terrible	1 3 2
Hotel Olivo	1	Argentina - español	Promedio	1
Restaurant TVO	2	Bolivia - español Argentina - español	Muy bueno	2
Restaurant El Asador	12	Perú - español Bolivia - español España - español Argentina - español Alemania - alemán	Excelente Muy bueno Promedio Pobre	3 6 2 1
TOTAL, COMENTARIOS	42		Excelente Muy bueno Promedio Pobre Terrible	4 20 13 2 3

De estos comentarios, se han extractado los comentarios relevantes que permiten verificar las falencias en los servicios de la localidad, se realiza un análisis de hoteles y otro de restaurantes para determinar las necesidades de capacitación. Se debe mencionar que el turista puede asignar puntajes a la ubicación, limpieza, servicio y valor de los hoteles sobre 5 puntos, lo que no sucede ni con atractivos, actividades ni restaurantes.

Por tanto, en la tabla de análisis de los hoteles, se mencionan los puntajes alcanzados en limpieza y servicio que dependen del personal que trabaja en los establecimientos.

Tabla 9. Puntuación, comentarios relevantes y necesidades de formación de hoteles registrados en Tripadvisor.

EMPRESA	LIMPIEZA	SERVICIOS	COMENTARIOS RELEVANTES	NECESIDADES DE FORMACIÓN
Hotel Paris	3,7	3,6	“El dueño del hotel y su hija fueron muy serviciales y amables durante mi estadía.” “No es un pueblo turístico, no hay mucho que ver en las inmediaciones, por lo que no recomendaría alojarse aquí excepto para hacer una breve parada de camino a algún otro lugar.”	Atención al cliente: el hotel debería proveer información turística complementaria al huésped para que realice actividades o visite lugares cercanos.
Hotel Kooguazu	4,0	3,3	El desayuno se había servido después de que salí del hotel, tampoco vi el restaurante. “El desayuno es pobre, con pocas alternativas”	Atención al cliente: No se brinda información oportuna sobre el hotel. Gastronomía: Desayuno pobre.
Hotel Valentín	5,0	3,0	“En el desayuno esta vez noté que había pan duro y no había mantequilla por unos días.” “La piscina también es pública, ¡he experimentado varias veces que entre 15 y 30 jóvenes tienen tiempo de fiesta allí por la tarde!”	Gastronomía: El control de los alimentos servidos debe ser estricto con calidad y con las medidas sanitarias. Gestión hotelera: Compatibilidad entre actividades y hospedaje.
Hotel Olivo	3,0	3,0	“Hace falta que el personal a cargo del front desk sea capacitado para una mejor atención a los huéspedes, falta cordialidad y sentido de colaboración para quienes necesitamos información en un lugar que se visita ocasionalmente”	Atención al cliente: Falta cordialidad, colaboración y brindar información pertinente.

Por otra parte, también se consultó la página web www.Booking.com en la que los turistas pueden agregar comentarios respecto al servicio de hoteles que se ofertan en esta página. Aunque no existen coincidencias en las empresas, se tiene la percepción de un hospedaje de menor categoría que los analizados en Tripadvisor. Pero a diferencia de Tripadvisor, existe una puntuación directa al personal.

Tabla 10. Puntuación, comentarios relevantes y necesidades de formación de la Residencial Guzmán en Booking.

EMPRESA	TOTAL	PERSONAL	COMENTARIOS RELEVANTES	NECESIDADES DE FORMACIÓN
Residencial Guzmán	6,7	7,9	“excelente predisposición del dueño” “Debe mejorar el check in, y sería bueno ofrecer el desayuno” “No hubo agua suficiente para bañarse, no cambiaron toallas” “No nos dejó un buen recuerdo”	Gestión hotelera: Hay deficiencias en la gestión del hotel. Recepción: Los procesos de check in y check out son fundamentales para la percepción del turista y para la gestión hotelera.

Como se observa en ambas tablas y de acuerdo a lo mencionado por la Sra. Rosas, los hoteles son administrados de manera familiar, por esto los turistas notan falencias en cuanto a atención al cliente, la gastronomía reflejada en la preparación de los desayunos, y la gestión hotelera principalmente. También se debe mencionar que, pese a las quejas, los puntajes de servicio y limpieza no son menores a 3 en el caso de Tripadvisor y de 6 en Booking, por lo que en general están por encima de un rango promedio de servicios.

Sólo se encontraron dos restaurantes registrados en Tripadvisor, los mismos son también recomendados por la gente en la ciudad, los comentarios relevantes se muestran a continuación:

Tabla 11. Puntaje de empresas de restaurantes en la ciudad de Yacuiba

EMPRESA	N° COMENT.	NACIONALIDAD /IDIOMA	CLASIFICACIÓN DE COMENTARIOS	
Restaurant TVO	2	Bolivia - español Argentina - español	Muy bueno	2
Restaurant El Asador	12	Perú, Bolivia, Argentina y España – español Alemania – alemán Inglés.	Excelente Muy bueno Promedio Pobre	3 6 2 1

Las puntuaciones son muy buenas y la percepción sobre estos dos restaurantes también, como se ve a continuación:

Tabla 12. Comentarios relevantes y necesidades de formación en restaurantes de la ciudad de Yacuiba

EMPRESA	COMENTARIOS RELEVANTES	NECESIDADES DE FORMACIÓN
Restaurant TVO	“El lugar es bonito y en lo que respecta a comida rápida es muy bueno, la atención es buena y la comida también” “la atención de los garzones es buena, atentos y dispuestos a orientar en los pedidos. Las carnes son su especialidad y sobre todo el bife chorizo que es muy bien preparado y de un exquisito sabor.”	

Restaurant El Asador	“el bife de chorizo muy bueno, un poco disperejo en la cocción este último, pero el sabor exquisito” “en los días de calor la parrilla molesta a la hora de comer, algunas mesas están muy cerca”	Gestión de restaurantes: Planificación del espacio.
----------------------	--	--

1.2. Turismo en el municipio de Villamontes

Es una población que se encuentra entre las fronteras de Argentina y Paraguay, sin embargo, al no ser un punto fronterizo no se tiene el registro del flujo de visitantes en la ciudad, el Instituto Nacional de Estadística tampoco reporta estadísticas de ciudades intermedias, por lo que no existen estadísticas de la actividad turística en el municipio.

Sin embargo, se debe destacar la existencia de la Plataforma Turística de Villamontes que “Es una instancia de coordinación interinstitucional público-privado, enfocada en posicionar al municipio de Villa Montes como un destino turístico” como ellos mismos se definen en su página de Facebook [1].

1.2.1. Plataforma de turismo en Villamontes

La Plataforma Turística de Villamontes se ha convertido en un eje articulador de toda la cadena turística, incluyendo la superestructura nacional y plataformas ambientales, lo que favorece el impulso del desarrollo de la región. En entrevista con su director, el Sr. Pietro Bellot enumeró los diferentes proyectos que se están desarrollando en la región, uno de los cuales involucra el turismo gastronómico, para tal efecto se han desarrollado capacitaciones con profesionales en gastronomía buscando innovación y mejora del proceso culinario étnico y tradicional. El Chef Pierre van O’ost estuvo recientemente capacitando y compartiendo experiencias con emprendedoras que forman parte de la cadena y esperan la llegada de un experto en turismo enológico alemán en septiembre.

Sobre este tema también se está trabajando en la valoración del patrimonio alimentario de la región, por ejemplo, se ha logrado que se declare como Patrimonio del Chaco al plato preparado por la comunidad Weenayek: pescado a la mordaza. Se incentiva el uso de ingredientes nativos en helados, chocolates y otros postres, entre los ingredientes que se utilizan está el algarrobo, y otras plantas nativas del Chaco. Finalmente se quiere mejorar la producción vitivinícola para obtener un vino chaqueño que forme parte de la Ruta de Aromas y Sabores del departamento. Todas estas acciones pretenden construir una identidad que identifique a la región.

De acuerdo a la conversación con el Sr. Bellot, se puede notar que han logrado construir un tejido empresarial fuerte que está dispuesto a generar iniciativas que mejoren las condiciones actuales. Sin embargo, él admite que la mayoría de las empresas son familiares, en los hoteles y restaurantes no contaban con personal calificado, pero ahora se ve la necesidad de contratar personal técnico por la demanda de mercado. Hay tanto interés en la población sobre el tema, que ya se abren restaurantes turísticos.

A través de la Plataforma y la Alcaldía se planifican actividades de fines de semana para atraer turismo como ferias, eventos culturales, tradicionales y de intercambio con los países vecinos. De acuerdo al Sr. Bellot este tipo de actividades genera hasta 3 millones de bolivianos de redistribución del turismo interno y un 5% proviene de divisas del turismo extranjero constituido principalmente por argentinos y paraguayos. Destaca

una colonia menonita paraguaya, cuyos miembros llegan a Villamontes a pasar algunos fines de semana con sus familias. Villamontes es un eje entre el turismo de Foz de Iguazú y el salar, por lo que pretende aprovechar ese flujo a su favor y lograr que estos turistas se queden por lo menos una noche en la ciudad.

Otro segmento turístico interesante son los historiadores y escritores que practican el turismo académico y llegan a la ciudad interesados en la historia de la guerra del Chaco. Es interesante porque normalmente tienen estadías largas de hasta más de un mes.

Miembros de la Plataforma apuntan al turismo de pesca en el río Pilcomayo que debía lanzarse este año, pero que no se pudo realizar debido a la escasez de peces. Si bien la actividad pretende integrar la pesca con la gastronomía y la artesanía, se debe pensar más detenidamente en el tema ambiental. En los últimos días se ha denunciado la contaminación del río Pilcomayo por el rompimiento de un dique de colas en Potosí, lo que probablemente sea la causa para la disminución de peces en el río, lo que puede ser una amenaza a las actividades planificadas o una oportunidad de comprometerse con el turismo sostenible y la conservación de la fauna piscícola de la región.

Los artesanos, que también son parte de la Plataforma, también están interesados en generar propuestas turísticas en las que se incluyan espacios para la venta de las artesanías como ocurre en las orillas del Pilcomayo y la comunidades originarias, sin embargo resienten la falta de apoyo de las instituciones públicas en capacitación, provisión de herramientas y conservación de su materia prima, ya que las maderas como el palo santo, el algarrobo o las palmas se están acabando en la región debido a talas ilegales.

También se destaca el hecho de que Villamontes es una ciudad limpia en la que se ha trabajado el tratamiento de la basura y el reciclaje a través de un grupo de mujeres voluntarias, lo que se quiere lograr es ser una ciudad modelo para la región.

Respecto al trabajo del Gobierno Autónomo Municipal, Edith Choque señala que se encuentran realizando la inventariación de atractivos turísticos de la región para actualizar la existente. Considera que la prestación de servicios turísticos en la ciudad es aceptable y que el tema pendiente es el recojo de basura en algunos lugares fuera de la ciudad, sin embargo, no reconoce eso como una tarea de su unidad o por lo menos que exista un grado de compromiso para la solución. Desde su perspectiva la atención del cliente en los restaurantes debe mejorarse.

Muchas instancias promueven sus destinos turísticos y existe un variado registro de sus atractivos en guías de turismo, videos de YouTube, varias OTA's (On line Travel Agency) y publicaciones en redes sociales que amplían su visibilidad y las posibilidades de recibir turistas.

La Organización para la Gestión del Destino Turístico (OGD) de Tarija publicó en 2016 una guía turística del departamento en la que se puede encontrar un listado con nueve atractivos tanto en la ciudad como en sus alrededores.

- Museo histórico Militar de la Guerra del Chaco, los soldados del Regimiento de Artillería Pisagua guían el recorrido.
- Iglesia San Francisco Solano, construida en 1936.
- Monumento al soldado desconocido, frente a la plaza 6 de agosto, en homenaje a los soldados de la Guerra del Chaco, en su base reposan restos óseos de los caídos en acción.

- Río Pilcomayo, donde se practica la pesca.
- Aguas termales a 5 km. De Villamontes
- El Angosto o Cañón del Pilcomayo, zona de erosión eólica y en el fondo el río Pilcomayo
- Parque Nacional Aguaragüe en los municipios de Villamontes, Yacuiba y Caraparí.
- Tampinta, fuente de agua cristalina en las serranías del Aguaragüe
- Tarairí, comunidad histórica fundada en 1856 sobre una población guaraní, fue ocupada por tropas paraguayas en 1935.
- Samayhuate: comunidad histórica, escenario de acontecimientos en la Guerra del Chaco.

En base a estas y otros atractivos, se han diseñado ocho rutas turísticas, de acuerdo a la Plataforma Turística de Villamontes:

1. Ruta Pilcomayo: 50 kilómetros a lo largo del río, incluye una experiencia vivencial con la cultura Weenhayek, cuatro puentes, el puente colgante Tucainti, el Angosto, el Mirador, el Chorro, la Pizarra, el Pive y la Galería.
2. Cueva del Surubí: Navegación en chalana por el Pilcomayo, pasando por el Parque Nacional Aguaragüe.
3. Noche en el Pilcomayo: Cena a orillas del río Pilcomayo con fogata y cuentos Weenhayek.
4. La Ruta del Angosto: Ruta para cicloturismo de 25 km. desde el puente colgante Tucainti hasta la ciudad de Villamontes.
5. Senderismo Alto Camatindi: Caminata de 5 km. Con exigencia física media se inicia a 45 km. De Villamontes, permite observar flora y fauna.
6. Ruta Guerra del Chaco, ruta histórica que inicia en la ciudad de Villamontes, se llega a la comunidad de Chimeo para adquirir artesanías guaraníes, terminando en las trincheras de Iguiraru.
7. Ruta histórica Ibibobo: segunda ruta histórica en Ibibobo a 60 km. De Villamontes, teatralización de las trincheras de la guerra en la unidad militar Campos.
8. El día criollo: Actividad de turismo rural vivencial en fincas chaqueñas.

Hay que destacar que la ruta de la Guerra del Chaco puede generar un hermanamiento entre municipios de Bolivia y del Paraguay y aunar esfuerzos para la promoción turística de la región, contando también que los ciudadanos de ambos países puedan conocer el escenario de este capítulo de la historia. Otro proyecto que tiene bastante potencial es el de las Misiones Franciscanas que incluyen a Tarija y Santa Cruz.

1.2.2. Percepción del turista

Al igual que con Yacuiba, se revisarán los comentarios en Tripadvisor y en Booking para evaluar las falencias en la prestación de servicios.

En la búsqueda general de Villamontes en Tripadvisor se encuentran 78 comentarios de toda la actividad turística, que corresponden a turistas nacionales y extranjeros, sin embargo, hay que aclarar que 4 corresponden a un hotel ubicado en la localidad de Entre Ríos. Las calificaciones de las empresas son las siguientes:

Tabla 13. Puntuación obtenida por empresas de servicio turístico en Tripadvisor

EMPRESA / ATRACTIVO	N° COMENT.	NACIONALIDAD /IDIOMA	CLASIFICACIÓN DE COMENTARIOS	
Rio Pilcomayo	5	Bolivia – español Argentina - español	Excelente Muy bueno	3 2
Plaza 24 de julio	2	Argentina - español	Excelente Muy bueno	1 1
Museo de la Guerra del Chaco	2	Argentina - español	Excelente Muy bueno	1 1
El Angosto	1	Bolivia – español	Excelente	1
Hotel Boutique El Rancho Olivo	25	Paraguay – español Perú – español Bolivia – español Brasil – español	Excelente Muy bueno Regular Malo	11 10 3 1
Eco Hotel Gota del Chaco	19	Bolivia – español Nueva Zelanda – español Argentina – español	Excelente Muy bueno Regular Malo	13 4 1 1
Hotel Iguazu	1	Ecuador - español	Regular	1
Hotel Raldes	2	Bolivia Argentina	Regular Pésimo	1 1
Tewok Café Bar	9	Argentina - español Bolivia - español Italia - italiano	Excelente Regular	8 1
La Vaca Loca	4	Bolivia - español	Excelente Muy bueno	3 1
Cabaña Don Tomás	2	Español	Excelente Muy bueno	1 1
Café de las Letras	1	Español	Excelente	1
Café Rock Star	1	Español	Excelente	1
TOTAL	74		Excelente Muy bueno Regular Malo	44 20 7 2

La percepción del turista es favorable para las empresas de Villamontes, destaca la puntuación de excelente que le otorgan, tampoco hay comentarios pésimos, lo que significa que tiene un nivel bastante aceptable de

calidad. Sin embargo, las quejas y comentarios en hoteles señalan que todavía existen temas que hay que superar. A continuación, se analizan los comentarios para detectar las necesidades de formación.

Tabla 14. Puntuación, comentarios relevantes y necesidades de formación de hoteles registrados en Tripadvisor.

EMPRESA	LIMPIEZA	SERVICIOS	COMENTARIOS RELEVANTES	NECESIDADES DE FORMACIÓN
Hotel Boutique El Rancho Olivo	4.5	4	<p>“atención y servicio de primera”</p> <p>“muebles y enseres de calidad, ropas de casa y toallas suaves y limpias, buen restaurant, buen desayuno; personal servicial”</p> <p>“Tienen unas aves hermosas de la yunga en unas jaulas con techo de chapa, con una temperatura de 40 grados, ¡pobres aves, que condena!”</p> <p>“El desayuno básico, me llamo la atención que teniendo arboles de frutas tropicales en el hotel (mangos, paltas, etc.), no servían fruta en el desayuno.”</p> <p>“el precio del restaurante un poco elevado. La comida es más o menos.”</p>	<p>Gestión ecológica y sostenible: Indicadores de responsabilidad ambiental y nuevas tendencias ecológicas del turista.</p> <p>Gastronomía: Innovación y perfeccionamiento del menú.</p>
Eco Hotel Gota del Chaco	5	5	<p>“El servicio de desayuno es muy lento, hasta media hora estuvimos esperando un día”</p> <p>“atención de Eduard y Esposa excelente”</p>	<p>Atención al cliente: Atención oportuna de los turistas.</p>
Hotel Iguazu		3	<p>“Los trabajadores son muy amables, pero hay mucho que pueden hacer”</p>	<p>Gestión hotelera: motivación del personal y planificación.</p>
Hotel Raldes			<p>“la Sra. Que atiende una maleducada e insulta al cliente al verse descubierta en sus cobros irregulares”</p>	<p>Atención al cliente: Mantener el control de la situación.</p> <p>Gestión hotelera: Motivación y control del personal.</p>

Llama la atención uno de los comentarios del Hotel Rancho del Olivo, de un usuario que no tiene especificado su lugar de origen, pero que ha visitado 48 ciudades en América y Europa. El menciona que prefiere viajar una hora más después de cruzar la frontera en Yacuiba hasta Villamontes para tener un mejor lugar en el que descansar:

“Estábamos realmente vamos a alojarnos en Yacuiba porque estábamos cansados y habíamos oído sobre carretera blockings (muy común en la zona), pero en vez de eso nos decidimos a conducir una hora extra sabiendo que tendríamos un mucho mejor lugar para hospedarse en Villamontes.” (Hantravel10, mayo 2013)

Tabla 15. Puntuación, comentarios relevantes y necesidades de formación de hospedajes en Booking

EMPRESA	TOTAL	PERSONAL	COMENTARIOS RELEVANTES	NECESIDADES DE FORMACIÓN
Eco Hotel Gota del Chaco 35 comentarios	8,8	9,5	“no había una persona fija en recepción para cualquier necesidad al momento” “Falta de limpieza de exteriores” “Cuartos no listos, el hotel necesita mantenimiento” “El cuarto no fue limpiado” “Todo muy bien! 100% recomendable.”	Gestión hotelera: Control de la recepción y el mantenimiento. Gobernanza: Supervisión de la limpieza de habitaciones y áreas comunes.
Hotel Boutique El Rancho Olivo	7,8	8,0	“La carta del restaurante se podría ampliar ofertas con comidas sanas con más verduras, ensaladas. En mi caso también es importante saber si el menú es contienen gluten y/o leche”	Gastronomía: Innovar con comida saludable y opciones veganas y otras de dieta especializada.

Se encontraron cinco restaurantes registrados en Tripadvisor, los comentarios relevantes se muestran a continuación:

Tabla 15. Comentarios relevantes y necesidades de formación en restaurantes de la ciudad de Villamontes

EMPRESA	COMENTARIOS RELEVANTES	NECESIDADES DE FORMACIÓN
Tewok Café Bar	“La atención no es rápida” “Propietarios gentiles”	Atención al cliente
La Vaca Loca	“rica comida, económico y super amable atención de César y su equipo”	
Cabaña Don Tomás	“La atención es buena, el local limpio y agradable y el sábalo que es su especialidad”	
Café de las Letras	“Un ambiente super agradable donde puedes encontrar todo tipo de café de calidad confitería de excelente sabor y la atención de primera”	
Café Rock Star	“Comida muy rica”	

[1] <https://www.facebook.com/Plataformadeturismo/>

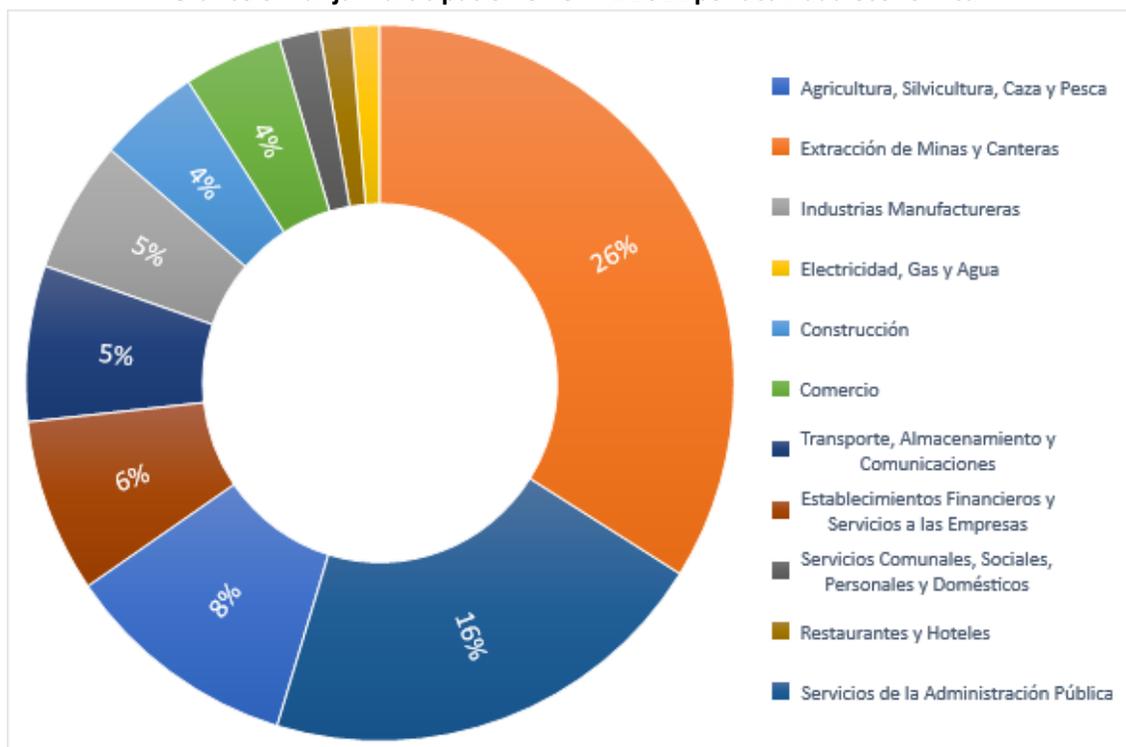
Cabe mencionar que los restaurantes cuentan con muy pocos comentarios que puedan señalar las falencias detectadas por el turista, los comentarios son más bien entusiastas. Esto no quiere decir que existan falencias que deban atenderse con la capacitación del recurso humano.

2. Contexto de los jóvenes en área de intervención

2.1. Características generales

La principal actividad económica en el departamento de Tarija es la producción de hidrocarburos, según la participación en el Producto Interno Bruto (PIB) por actividad económica 2021, en Tarija la Extracción de Minas y Canteras representa un 26%, mientras que los servicios de Hotelería y turismo representa un 1%; sin embargo, los importantes recursos de aquel han derivado en inversión en infraestructura. Con una población de 591.828 habitantes para este mismo año, en Tarija el PIB per cápita alcanzó 4.555 dólares americanos.

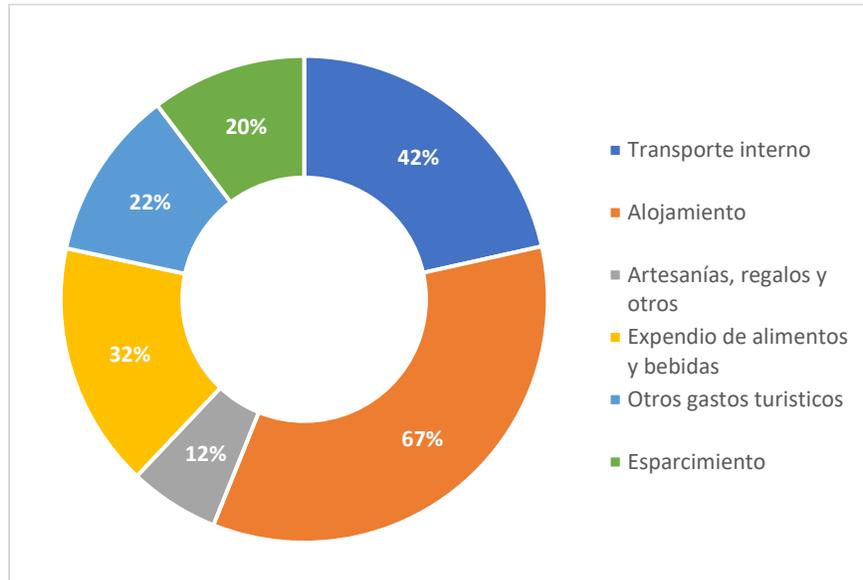
Gráfico 3. Tarija: Participación en el PIB 2021 por actividad económica



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

De acuerdo al Mapa de Complejidades Económico Productivo del Banco de Desarrollo Productivo, actualizado al 2019 (MCEP-BDP, 2019), con actividades económicas seleccionadas para el sector turismo, en Yacuiba el Valor Bruto de Producción (VBP) del turismo está alrededor de 144,7 MMBs., con mayor participación de la actividad de Alojamiento, el cual representando un 67%, y el transporte interno con un 42%.

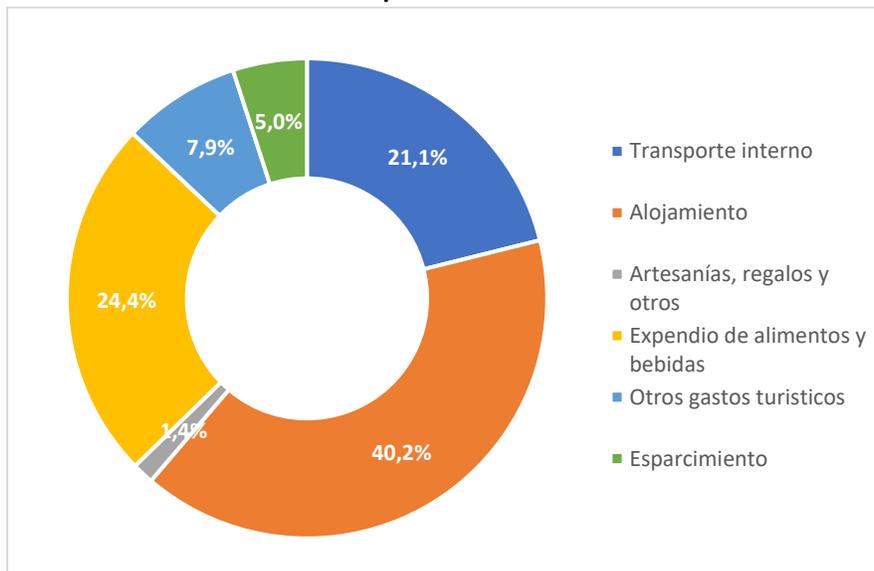
Gráfico 4. Yacuiba: Participación en el VBP 2019 del sector turismo



Fuente: Banco de Desarrollo Productivo

Por su parte, en Villamontes el Valor Bruto de Producción (VBP) del turismo está alrededor de 74,8 MMBs., también, con mayor participación de la actividad de Alojamiento, el cual representando un 40.2%, pero también es importante la actividad Expendio de alimentos y bebidas, con un 42%; además, del transporte interno que alcanza un 21%.

Gráfico 5. Villamontes: Participación en el VBP 2019 del sector turismo



Fuente: Banco de Desarrollo Productivo

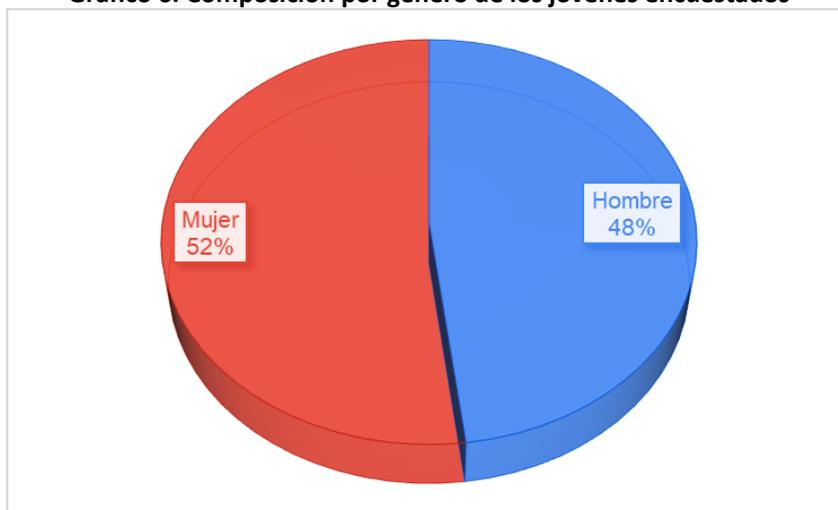
Según el Atlas Municipal de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Bolivia 2020 (AMODS 2020), la pobreza estructural¹, calculada para la gestión 2016, refiere que el 24% de las viviendas en Yacuiba se encuentran en esta situación mientras que sólo un 20% lo estarían en Villamontes. Estos porcentajes son relativamente bajos y muestran algunas de las favorables condiciones que tienen estas zonas respecto de otros municipios en otros departamentos.

Siguiendo con el mismo AMODS 2020, la cobertura de agua potable en la gestión 2017 alcanzó a un 96% de la población en Villamontes y un 97% en Yacuiba, esto sumado a la buena cobertura de saneamiento básico hace que, de acuerdo al índice alcanzado, estos dos municipios se encuentren entre los 10 municipios con mejor índice a nivel nacional de 339 municipios.

2.2. Perfil socioeconómico

El grupo analizado para la región estuvo compuesto por 52% de mujeres y 48% de varones. El municipio de Yacuiba tiene una representación del 65% por la cantidad de población que tiene registrada mientras que Villamontes está representada por el 35%.

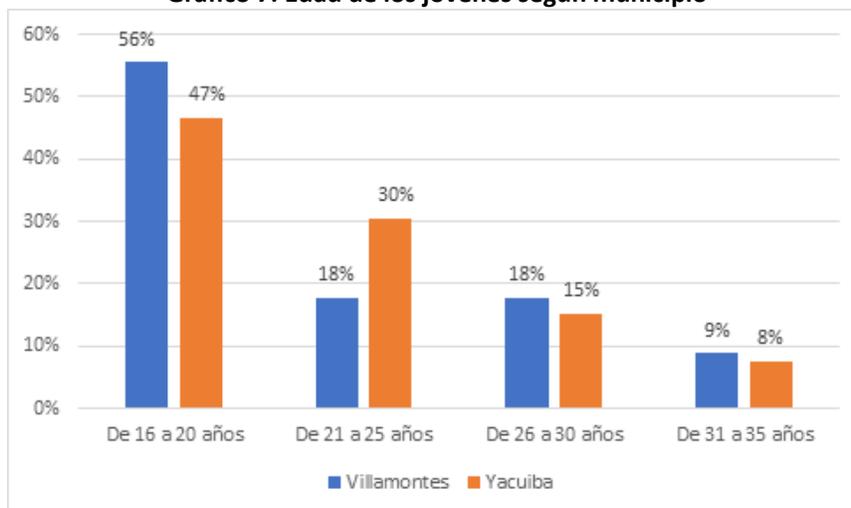
Gráfico 6. Composición por género de los jóvenes encuestados



La Investigación obtuvo información de jóvenes comprendidos entre las edades de 16 y 35 años para ambos municipios. La mayor parte de los jóvenes encuestados corresponden a la edad de 16 a 20 años, donde se alcanzó un 56% y 47% de participación con esta edad en Villamontes y Yacuiba, respectivamente; en el global, la participación de mujeres es mayor a la de los hombres. La mayor participación femenina se encuentra entre los rangos de 26 a 35 años.

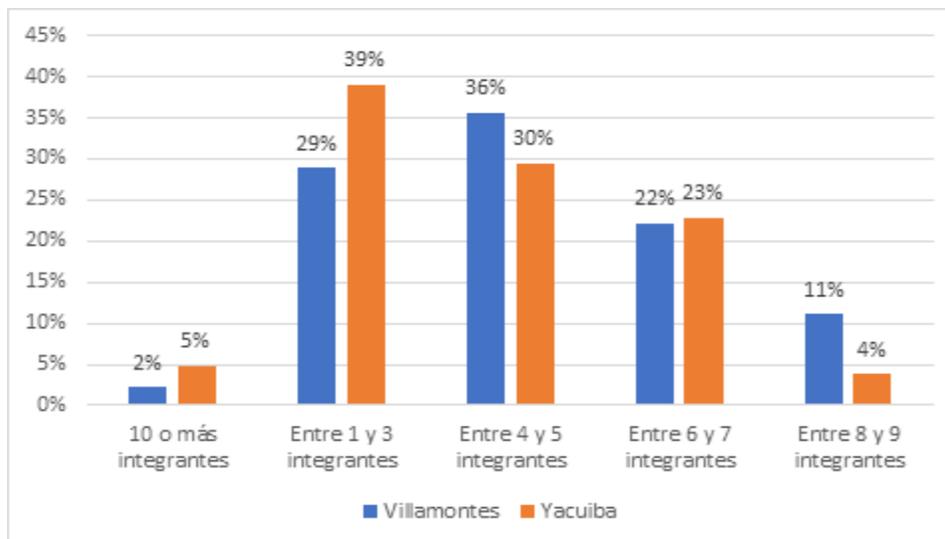
¹ Medida por la tasa de pobreza energética extrema, que define a una cuarta parte del límite superior de consumo requerido para que el usuario se beneficie de la tarifa subsidiada, conocida en Bolivia como Tarifa Dignidad. La cuarta parte corresponde a 210 kilovatios hora por año (kWh/año). Todos los hogares que consumen menos de esto (incluyendo los que no tienen acceso a electricidad, y, por consiguiente, tampoco medidor eléctrico), están clasificados en la categoría de pobreza energética extrema.

Gráfico 7. Edad de los jóvenes según municipio



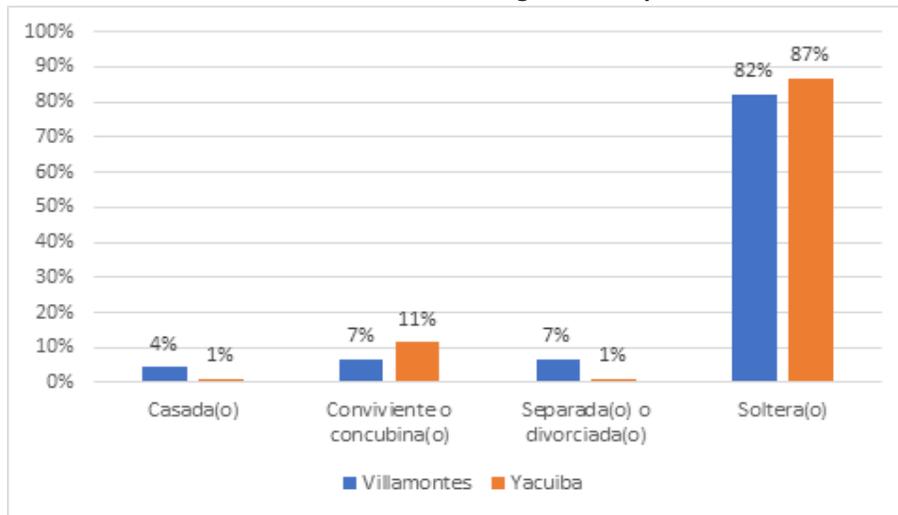
En relación al número de integrantes que conforman la familia de los jóvenes, en Yacuiba se tiene el mayor porcentaje entre 1 y 3 integrantes, lo que indicaría que se trata de familias pequeñas; mientras que en Villamontes el número de integrantes con mayor porcentaje está entre 4 y 5 integrantes, mostrando que son familias más grandes.

Gráfico 8. Número de integrantes en la familia según municipio



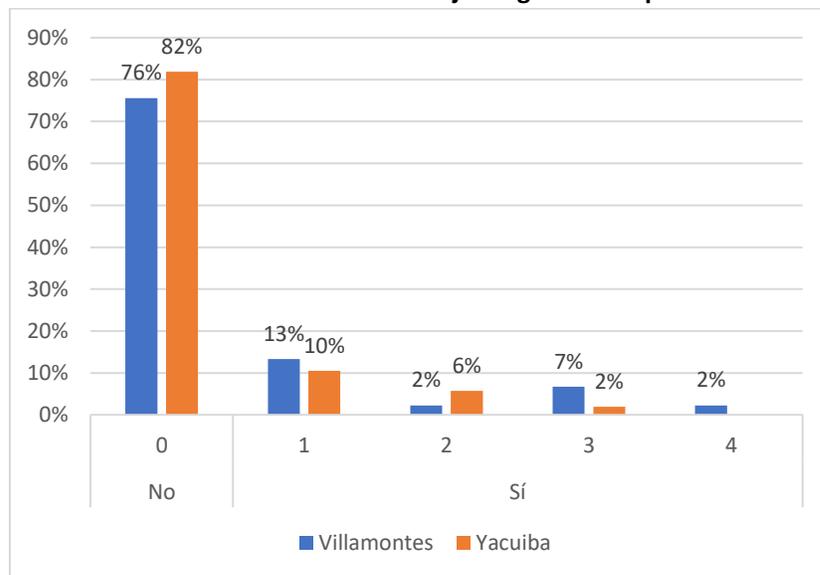
En cuanto al estado civil de los jóvenes, se tiene una marcada participación de quienes son solteros. En el municipio de Yacuiba muy pocos están casados y se ha visto que un 11% de las personas encuestadas en ese municipio convive con alguien o están en una relación de concubinato; por su parte, en Villamontes se tiene un 7% que ya se encuentra separado o divorciado. El segmento femenino responde principalmente al estado civil soltera.

Gráfico 9. Estado civil según municipio



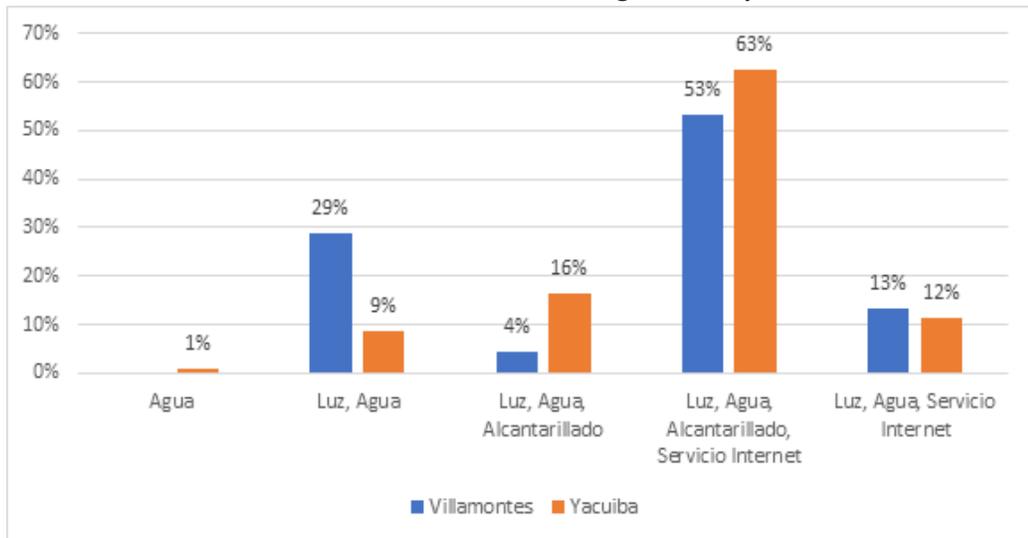
Conforme al mayor porcentaje de jóvenes que han indicado ser solteros, tanto en Villamontes como Yacuiba la mayor parte no tienen hijos, y los que tienen un hijo representan un 13% en Villamontes y un 10% en Yacuiba. En Villamontes se ha podido ver que hay quienes tienen cuatro hijos, pero este hecho no es similar en Yacuiba, ya que quienes tienen hijos sólo llegan hasta tres hijos.

Gráfico 10. Número de hijos según municipio



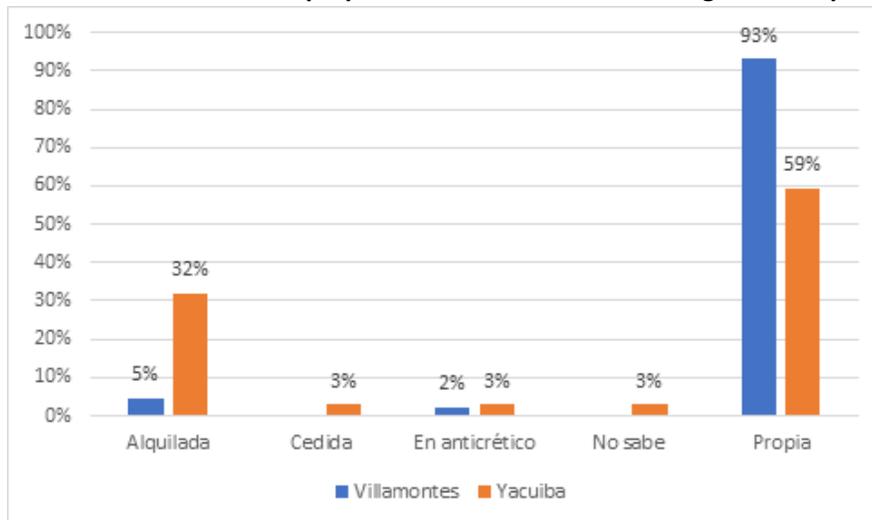
En ambos municipios la cobertura de los servicios básicos es importante, principalmente en Yacuiba el 63% cuenta con los servicios de luz, agua, alcantarillado e internet (4 servicios básicos). Por su parte, en Villamontes casi el 53% también tienen esta característica, pero se puede observar que hay una necesidad por contar con alcantarillado.

Gráfico 11. Servicios básicos según municipio



Tanto en Villamontes como en Yacuiba se puede destacar que es de propiedad de la familia la vivienda donde actualmente viven. En Villamontes es mucho más notoria esta situación, observándose un 93% que indica que es así. Por su parte, en Yacuiba este porcentaje sólo es 59% y se puede indicar que un 32% vive en una vivienda alquilada. En ambos, el anticrético no es usual.

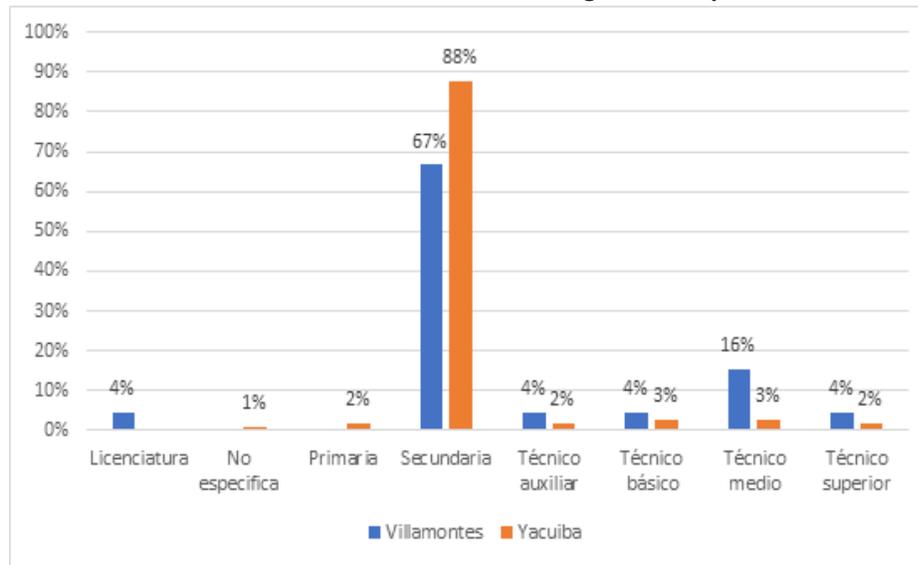
Gráfico 12. Situación de propiedad donde vive la familia según municipio



2.3. Nivel de educación

Como anteriormente se hizo notar, la mayor parte los jóvenes encuestados corresponden a la edad de 16 a 20 años, sobre ese aspecto se puede entender que la mayor parte de ellos tienen un nivel de educación secundaria, 88% en Yacuiba, mientras que en Villamontes el nivel de educación es algo más variado, con un 16% de técnico medio y también con un porcentaje a nivel de licenciatura.

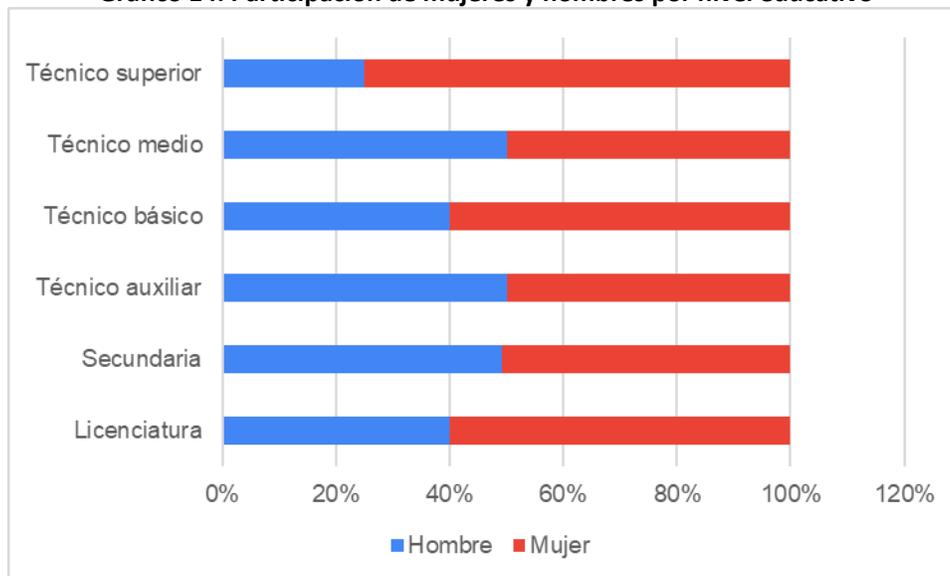
Gráfico 13. Nivel de formación según municipio



Bajo un enfoque de género se observa que en el nivel de secundaria la participación de hombres y mujeres es equitativa entre hombres y mujeres al igual que el técnico auxiliar y técnico medio. Se observa que el grupo femenino tiene mayor representatividad en la conclusión de la formación a nivel técnico superior, técnico básico y licenciatura.

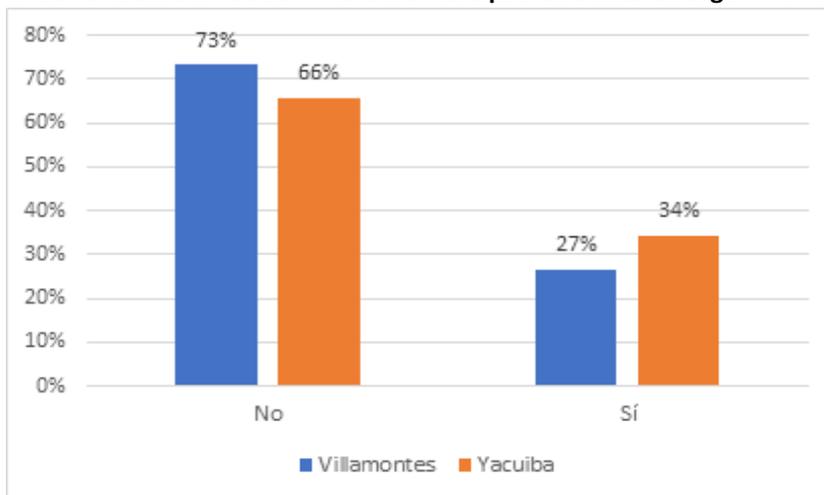
En el municipio de Villamontes el grupo femenino tiene mayor participación en la conclusión en secundaria y técnico medio y una participación equitativa entre ambos sexos en el nivel primario, técnico básico, auxiliar y licenciatura.

Gráfico 14. Participación de mujeres y hombres por nivel educativo



Algo que refuerza la situación del nivel de educación que pueden alcanzar los jóvenes es que la mayoría de ellos viven con sus padres o tutores, esto es así para el 73% en el municipio de Villamontes y de 66% en el municipio de Yacuiba. Entre los motivos por los que no viven con sus padres o tutores es porque decidieron ser independientes o bien se juntaron con su pareja, esto último más en Yacuiba.

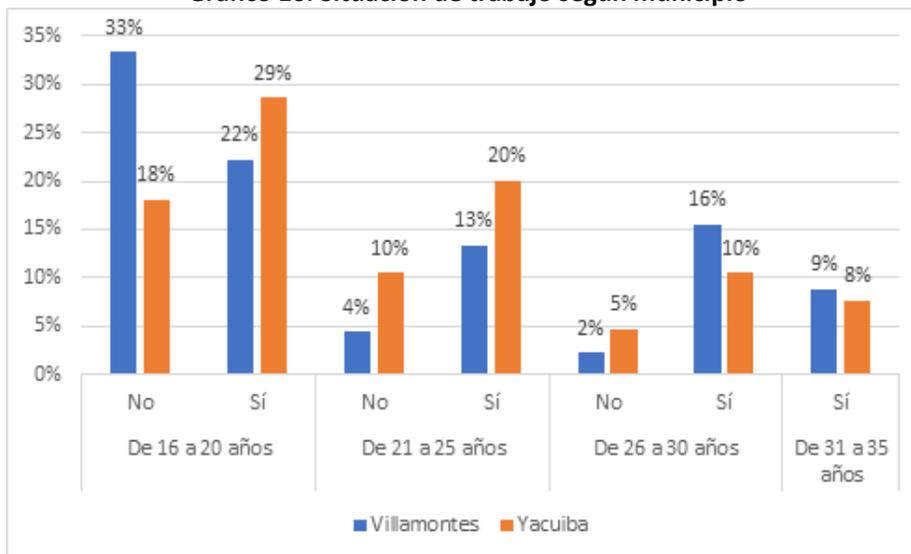
Gráfico 15. Situación de convivencia sin sus padres o tutores según municipio



2.4. Generación de ingresos

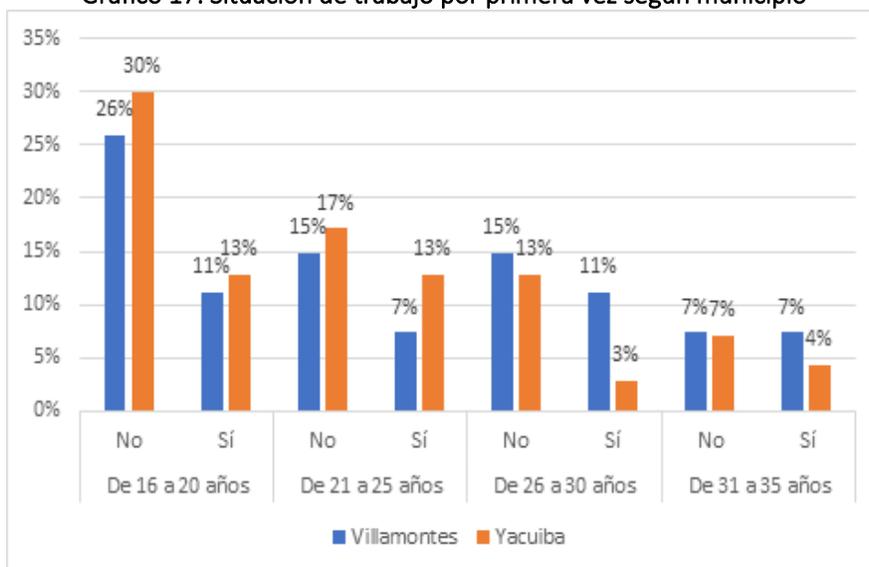
La mayoría de los jóvenes han generado algún tipo de ingreso por el trabajo realizado en los últimos tres meses. Los jóvenes en Yacuiba con esta característica se concentran más en la edad de 16 a 25 años representando mayor porcentaje frente a Villamontes; por su parte, en Villamontes se concentra más en la edad de los 26 a 35 años. Empero, la mayor parte de estos trabajos no significan buenas condiciones laborales porque tienen que ver con el comercio o una actividad informal.

Gráfico 16. Situación de trabajo según municipio



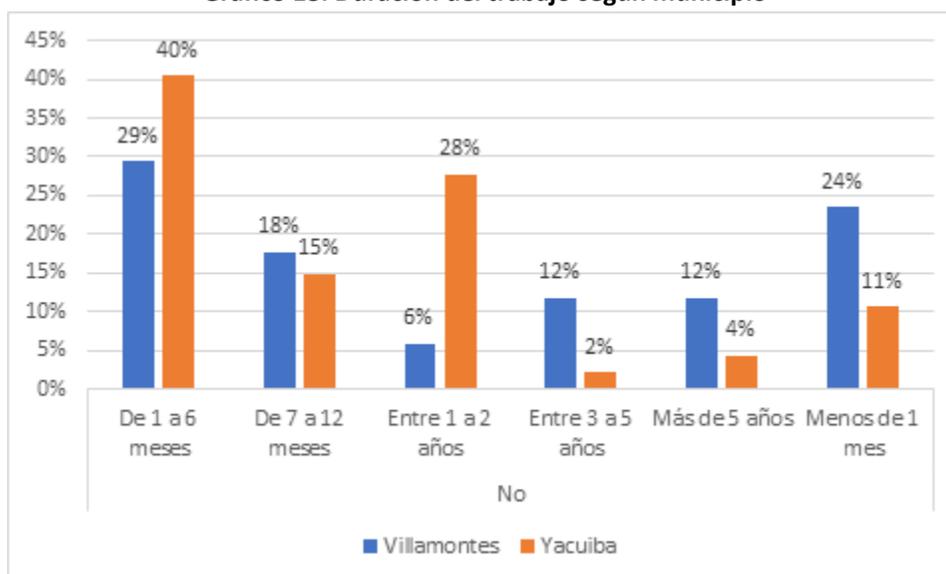
La mayor parte de los jóvenes que trabajaron indicaron que no fue su primer trabajo, en general un 63% no lo habían hecho por primera vez en Villamontes y de la misma forma 67% en Yacuiba. Los jóvenes de 16 a 20 años en Yacuiba representan el mayor porcentaje por edad al igual que Villamontes, lo que implica que se trata de trabajos en los que se requiere poca experiencia y conocimiento.

Gráfico 17. Situación de trabajo por primera vez según municipio



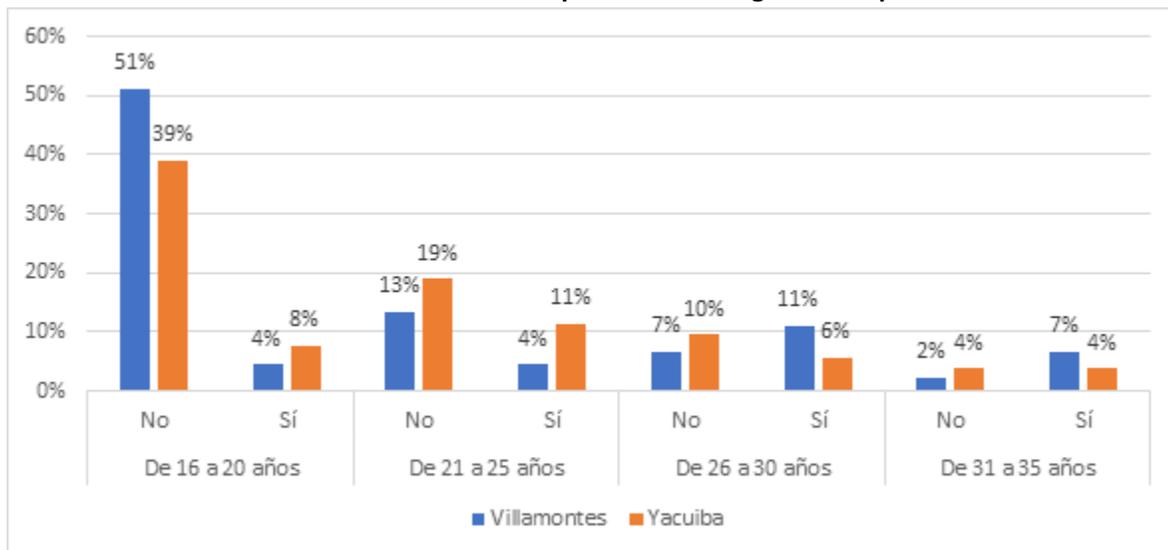
La duración del trabajo de los jóvenes que no han trabajado por primera vez ha sido variada, pero inclinándose a un corto tiempo, se puede ver que la participación relativa de quienes estuvieron entre 1 a 6 meses alcanza el 29% en Villamontes, y 40% en Yacuiba, no menos importante es lo que pasa en Villamontes que tienen trabajos más “estables” por el tiempo de duración que llevan en los mismos, 12% en trabajos de 3 a 5 años y también 12% en los de más de 5 años.

Gráfico 18. Duración del trabajo según municipio



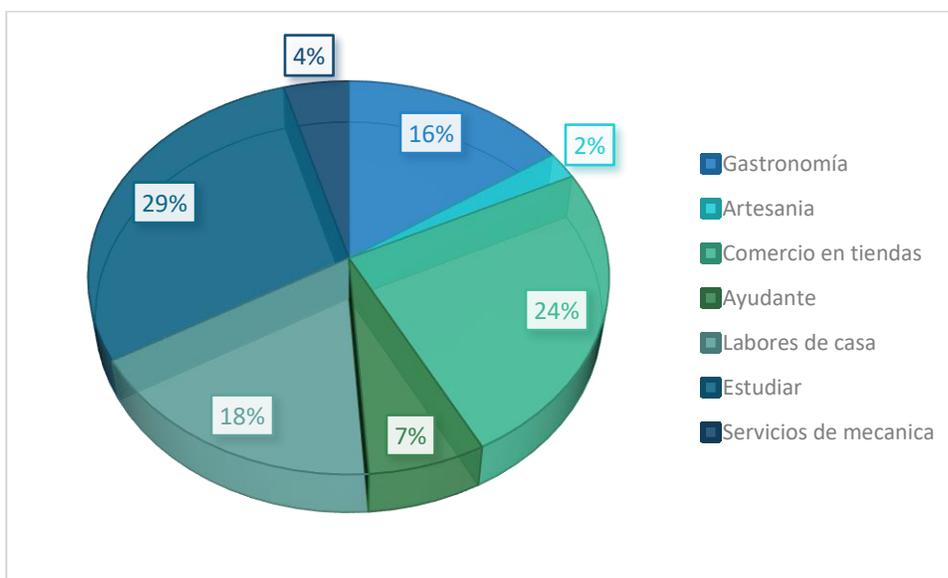
Los jóvenes con una edad comprendida entre 21 a 30 años son los que cuentan con una mayor participación en algún emprendimiento; aun así, es mínimo frente a los que no lo tienen. En general, en ambos municipios más del 70% no tienen algún emprendimiento en marcha, lo que muestra la dependencia económica de ingresos hacia la familia o bien a su trabajo que en mayor parte corresponde a negocios familiares.

Gráfico 19. Situación de emprendimiento según municipio



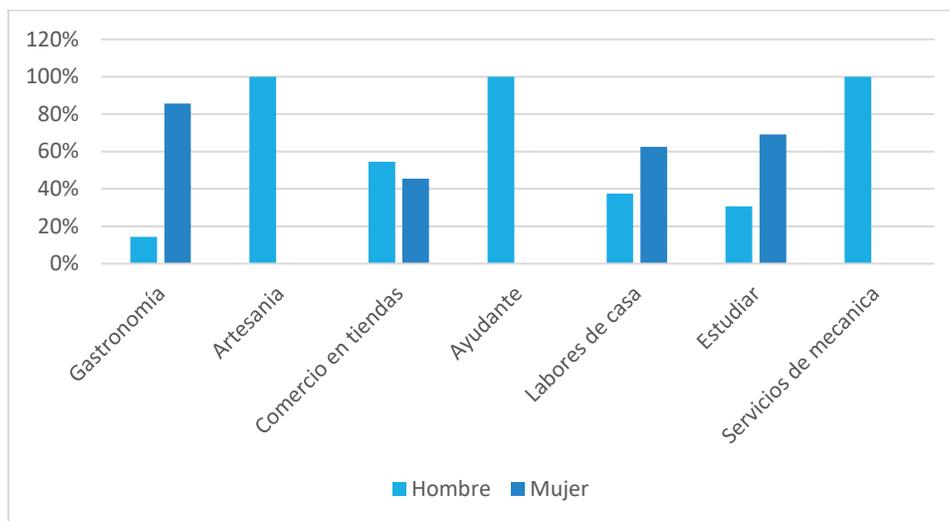
En el municipio de Villamontes, el 29% de los estudiantes se dedican solo a estudiar, el 24% a actividades de comercio en tiendas, el 18% se dedican a labores de casa, el 16% a la gastronomía, el 7% como ayudante y el 4% a servicios de mecánica.

Gráfico 20. Ocupación actual de los jóvenes en Villamontes



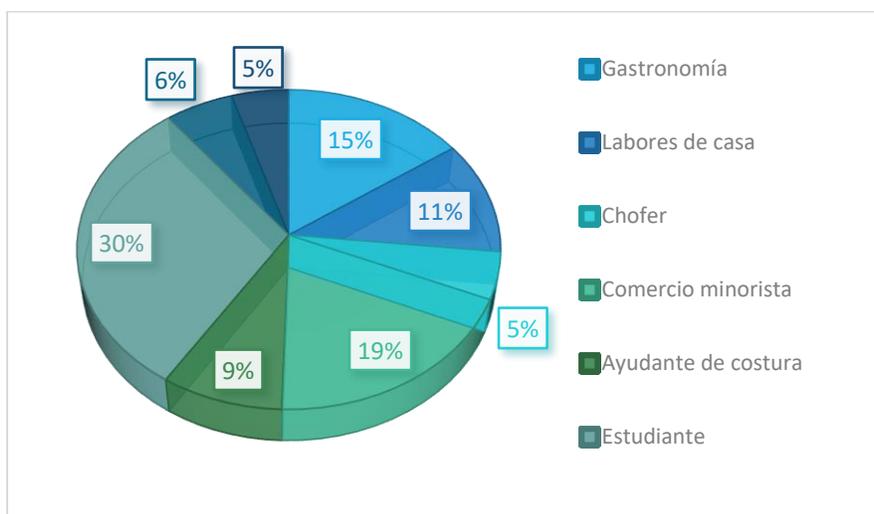
Bajo un análisis de género, se puede observar que las mujeres de la región se dedican principalmente a las labores de casa, estudiar y negocios de gastronomía, mientras que los varones se dedican a trabajar como ayudantes, artesanos y mecánicos. Pero también se observa por las respuestas, que existen varones que se dedican a labores de casa y a negocios de gastronomía.

Gráfico 21. Actividad actual de jóvenes por género en Villamontes



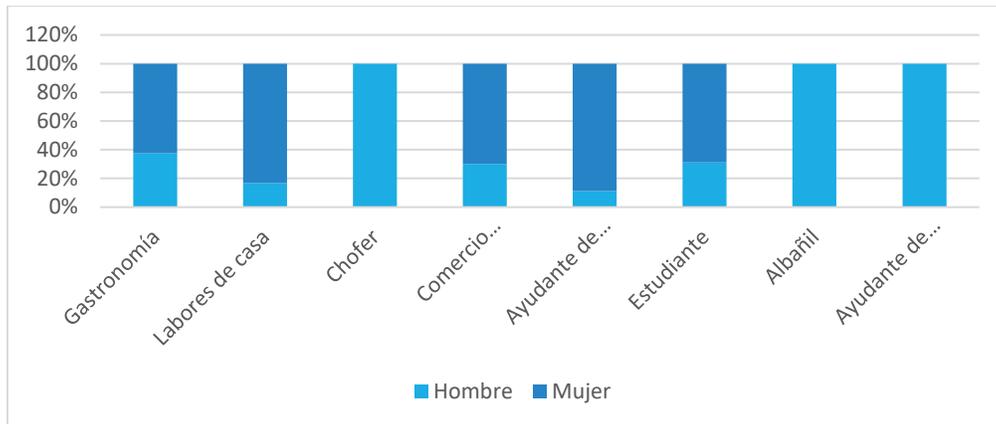
En el municipio de Yacuiba, el 30% se dedican solo a estudiar, el 19% se dedican al comercio minorista (venta de ropa, mochilas, comestibles y librerías), el 15% trabajan en negocios relacionados a la gastronomía, el 11% se dedican a las labores de casa, el 9% trabajan como ayudantes de costura, el 6% trabajan como albañiles y el 5% como chofer.

Gráfico 22. Ocupación actual de los jóvenes en Villamontes



Bajo el enfoque de género, se observa que las mujeres principalmente se dedican a las labores de casa, como ayudantes de costura, estudiantes y en negocios gastronómicos. Mientras que los varones se dedican principalmente a trabajar como choferes, albañiles y ayudantes de electricidad y electrónica.

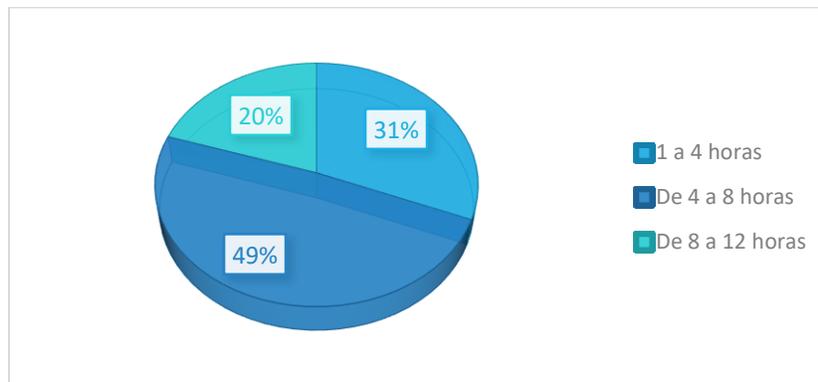
Gráfico 23. Actividad actual de jóvenes por género en Yacuiba



El análisis de la disponibilidad de tiempo que tienen los jóvenes para el desarrollo de sus actividades laborales es una variable importante de analizar, pues permite conocer la distribución del tiempo que tienen ellos y ellas para el desarrollo de la totalidad de sus actividades.

En los municipios de Villamontes y Yacuiba, el 49% de los jóvenes mencionaron que le dedican de 4 a 8 horas a la actividad principal que realizan; el 31% de 1 a 4 horas diarias y el 20% le dedican de 8 a 12 horas a la actividad principal.

Gráfico 24. Disponibilidad de tiempo para la actividad principal

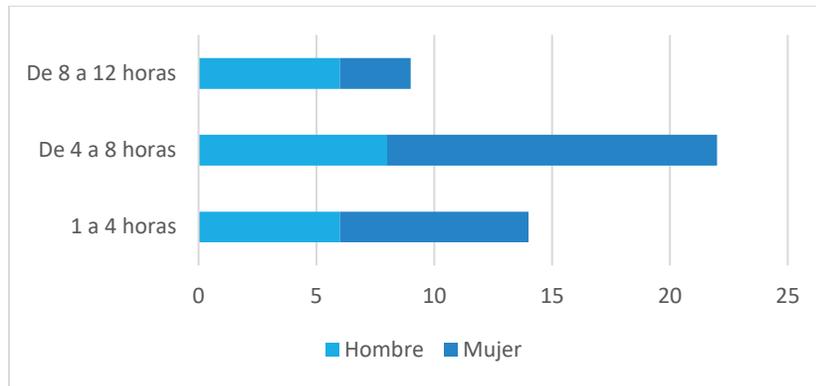


Desde una mirada de género, se observa que las mujeres generalmente le dedican a la actividad laboral de 4 a 8 horas, mientras que los varones pueden dedicarle a la actividad de 8 a 12 horas. Es importante considerar este tema porque la disponibilidad que tienen las mujeres para articular las diferentes acciones que desarrollan en una jornada de 24 horas.

Un referente que también debe considerarse es el tiempo que le destinan a dormir cada una de las personas, en promedio duermen entre 6 y 8 horas.

Las mujeres dividen su jornada diaria en actividad laboral (1 – 4 horas), labores de casa (1- 4horas), estudio (4- 6 horas), en promedio 7 horas para dormir y el resto en actividades ligadas a su rol reproductor y doméstico. Los varones dividen su jornada diaria en actividad laboral (4- 8 horas), actividades domésticas (1- 2 horas), estudio (4- 6 horas) y de 7 a 8 horas para dormir.

Gráfico 25. Análisis de la disponibilidad de tiempo para hombres y mujeres



3 Oportunidades de Formación desde un enfoque sistémico, Tarija: Villamontes y Yacuiba

2.3. Relación transaccional, servicios de apoyo y actores

En el siguiente esquema se visualiza la relación transaccional entre demanda de formación y oferta de formación, así como los actores que intervienen y los servicios de apoyo que facilitan el encuentro entre demanda y oferta.

Gráfico 26. Relación Demanda Vs. Oferta de Formación



Los Centros de Educación Alternativa, se encuentran bajo el paraguas de la normativa del Viceministerio de Educación Alternativa Especial; cuentan con una reglamentación y con resoluciones ministeriales que son emitidas cada año donde se define la planificación anual, la programación y organización.

En cuanto al marco normativo de la formación del área técnica de turismo, se destaca el documento denominado: Planes y Programas del Área Técnica y Productiva de Turismo, emitido por el Viceministerio de Educación Alternativa Especial – Dirección General de Educación de Adultos, documento que establece como objetivo general del área técnica de turismo, el de fortalecer las capacidades, destrezas, habilidades y valores socio comunitarios en interacción con saberes y conocimientos técnicos, tecnológicos propios y universales para desarrollar acciones en los ámbitos de Turismo, Operaciones Turísticas, Gestión Turística, Tecnologías de Información y Comunicación, mediante prácticas orientadas a la protección, promoción, difusión de los recursos naturales, culturales, histórico- monumentales, provisión de servicios e investigación para fortalecer vocaciones y potencialidades turísticas productivas regionales y comunitarias, en armonía con la madre tierra y el cosmos.

El Reglamento General de los Institutos Técnicos Tecnológicos de carácter fiscal de convenio y privados, aprobado por Resolución Ministerial N° 2015/350 del 2 de junio de 2015, establece como sector de formación técnica a la gastronomía y también al turismo. En este reglamento se establecen como áreas técnicas de turismo: i) turismo; ii) operaciones turísticas; iii) gestión turística y emprendimiento; iv) lingüística e idiomas; v) tecnologías de información y comunicación

Las Escuelas Manq'a está orientadas a la generación de mejores oportunidades de vida para jóvenes de escasos recursos en Bolivia. *El modelo de inserción laboral* contempla dos procesos, en el primero, los jóvenes formados, de acuerdo a sus fortalezas e intereses, realizan prácticas laborales, ingresan a una empresa del rubro, por un periodo de 2 a 3 meses, gracias a estas, pueden afianzar sus conocimientos y ganar una valiosa experiencia. En el segundo proceso, Manq'a realiza una articulación laboral, en la cual los jóvenes seleccionados son insertados laboralmente en empresas aliadas en condiciones favorables.

El modelo de emprendimiento que incluye la asesoría en el diseño del plan de negocios, capital semilla, acompañamiento en la implementación del negocio y mentoría empresarial.

El modelo de mentoría que es un proceso metodológico que involucra a empresarios locales experimentados como aliados en el fortalecimiento y apoyo a jóvenes emprendedores. El empresario transmite su experiencia al emprendedor en reuniones mensuales durante un año. Manq'a cuenta actualmente con 45 mentores que apoyan a jóvenes emprendedores en las ciudades de La Paz, El Alto y Sucre

Los **servicios de apoyo** son entendidos como las acciones necesarias que posibilitan que la relación transaccional funcione más eficientemente.

Las funciones de apoyo que se muestra en el gráfico son:

- Provisión de información
- Infraestructura y equipamiento
- Financiamiento
- Formación de docentes

Se **profundiza el servicio de apoyo de provisión de información** que son todos aquellos datos que necesitan tener los demandantes, es decir los jóvenes o adultos que tienen la intención de formarse en gastronomía, hotelería o turismo y oferentes, instituciones e instancias que ofrecen un servicio de capacitación en estas áreas.

En el levantamiento de información secundaria y primaria se ha identificado en primera instancia las oportunidades de formación que los jóvenes tienen en las áreas de gastronomía, hotelería y turismo:

- En Villamontes existe un Centro de Educación Alternativa y un Instituto Tecnológico que ofrecen las carreras técnicas profesionales de gastronomía. La formación ofrecida por el Instituto Tecnológico Villamontes tiene un grado técnico medio y técnico superior; el CEA Villamontes ofrece los grados de técnico básico, auxiliar y medio. No se identificó formación a nivel técnico profesional en las áreas de guiaje turístico, hotelería y otras actividades relacionadas al turismo. Pie de pagina
- En Yacuiba existe un Instituto Tecnológico con un grado académico de técnico Superior. Las carreras que ofrecen son: Electricidad Industrial, Mecánica Automotriz, Química Industrial, Agropecuaria e Industria de Alimentos. El CEA en Yacuiba ofrece las carreras de Confección textil, Gastronomía y alimentación, Belleza integral, Sistemas comunicacionales, Mecánica automotriz, metalmecánica, electrónica y Artesanía, todas ellas en los 3 niveles: técnico básico, auxiliar y medio.
- En Yacuiba no hace mucho, se inauguró la Escuela Gastronómica Manq'a con el apoyo de la Secretaría de Desarrollo Humano del Gobierno Municipal de Yacuiba
- El Gobierno Municipal de Villamontes lanza cursos de capacitación en gastronomía dirigido a restaurantes a nivel nacional e internacional.
- La Plataforma de Turismo de Villamontes, también lanza periódicamente cursos en gastronomía, hasta un nivel gourmet para satisfacer el requerimiento de los turistas.
- El Centro de Estudios Regionales para el Desarrollo de Tarija CERDET, apoya a distintas instancias para fortalecer la formación en gastronomía.

Los jóvenes y cualquier persona, para decidir y optar por una formación en gastronomía, hotelería y turismo, requiere tener información sobre las **necesidades y condiciones laborales que ofrece el sector empresarial**. A partir del acercamiento obtenido con la Plataforma de Turismo en Villamontes y de sondeos realizados por el equipo consultor, se obtuvo la siguiente data relevante para el estudio:

- La mayoría de los negocios son familiares. Alrededor del 65% de los restaurantes y el 75% de los hoteles; esto sucede por el hecho que son negocios que se heredan y se trabajan en el seno de la familia. En el apartado del contexto turístico en la región, se evidenció a través de la investigación realizada que la mayoría de los comentarios son referidos a la familia que hospeda y que administra y es dueña del negocio.
- En este sentido, la contratación del nuevo personal más operativo ocurre en el círculo de amigos o de la familia. Según información obtenida de la Plataforma de Turismo, para la contratación de personal que pueda trabajar en restaurantes se utilizan las convocatorias públicas a través de periódicos y redes sociales solo en un 10%, en el caso de los hoteles, el requerimiento por convocatoria es aún más bajo del 5%.
- Sobre este último aspecto se realizó un sondeo de las demandas de trabajo en Tarija, Villamontes y Yacuiba en las redes sociales (ofertasetrabajoyempleos.com,

acciontrabajo.com.bo, Trabajopolis.bo, trabajando.com.bo y Facebook) durante el periodo 1/junio/2022 al 20/Ago./2022 (Se cuenta con una base de datos de levantamiento de demandas de trabajo). En este levantamiento de información se constató el hecho de que los requerimientos laborales para el área de gastronomía y hotelería son muy bajos. De las 91 demandas expuestas en el mercado a través de las redes sociales, una demanda provino de un restaurante con el requerimiento de un cocinero, donde el requisito era que el postulante supiera hablar inglés.

- En cuanto a las competencias blandas, la Plataforma de Turismo de Villamontes, mencionó que los restaurantes y hoteles requieren personas que tengan puntualidad, compromiso, proactividad, atención al detalle, con una menor valoración, pero no menos importante mencionaron que es importante que los jóvenes tengan la capacidad para la toma de decisiones, que sean personas extrovertidas, minuciosas y sepan asumir riesgos.
- En el apartado anterior del contexto del turismo en Yacuiba y Villamontes, se identificó que, según percepción de los turistas, los hoteles y restaurantes requieren desarrollar su formación en los siguientes aspectos:

Hoteles:

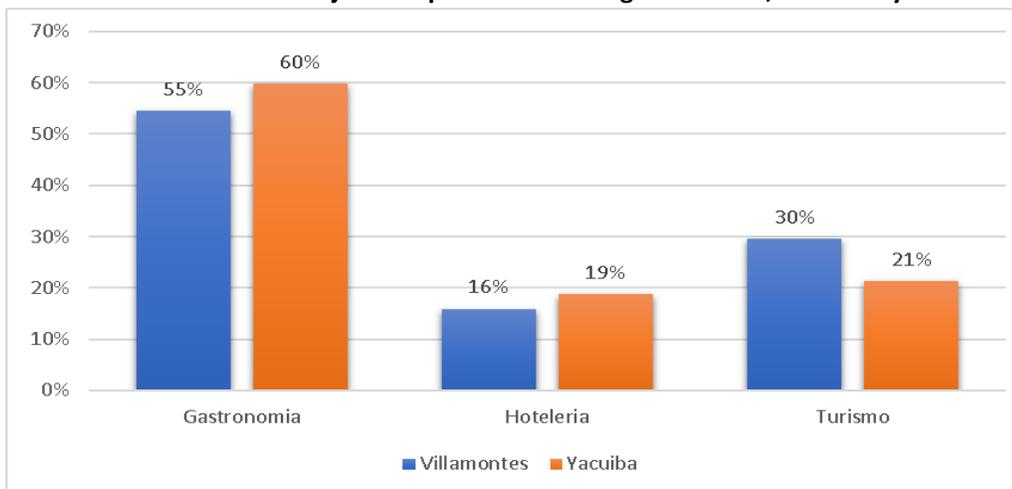
- Atención al cliente
- Provisión de información turística complementaria al huésped para que realice actividades o visite lugares cercanos.
- Compatibilidad entre actividades turísticas y hospedaje.
- Prestación de un servicio con cordialidad, motivación respeto y con la intención de colaboración constante.
- Control de la recepción y el mantenimiento de la limpieza y el orden de los ambientes de recepción.
- Supervisión de la limpieza de habitaciones y áreas comunes.
- Procesos de check in y check out, ya que son fundamentales para la percepción del turista y para la gestión hotelera
- Gestión ecológica y sostenible: Indicadores de responsabilidad ambiental y nuevas tendencias ecológicas del turista.

Gastronomía:

- El control de los alimentos servidos con calidad y con las medidas sanitarias.
- Planificación del espacio
- Innovación y perfeccionamiento del menú.
- Inclusión de menús saludables con comida vegana y otras de dieta especializada

En cuanto a la **expectativa de los jóvenes** para optar por una formación en gastronomía hotelería o turismo, en el levantamiento de información primaria, los jóvenes encuestados, (Base de Datos de Encuestas Tarifa realizada con jóvenes de Unidad Educativa Méndez Arcos de la Comunidad de Chimeo, Instituto Tecnológico Villamontes y CEA Villamontes), ante la pregunta: estaría interesado en ser parte de una formación en hotelería, turismo, gastronomía, la mayoría mencionó como primer interés a la gastronomía 54%, en Villamontes y 60% en Yacuiba antes de la hotelería 16% Villamontes y 19% en Yacuiba y el turismo 30% Villamontes y 21% en Yacuiba. En Villamontes, del total de jóvenes comprendidos en los rangos más jóvenes de 16 a 20 años el 64% ha mostrado su interés para formarse en gastronomía

Gráfico 27. Interés de los jóvenes por formarse en gastronomía, hotelería y turismo



En el levantamiento de información a través de los grupos focales, se identificó que a los jóvenes todavía les falta conocer sobre el sentido, beneficios y oportunidades que ofrecen las carreras de hotelería y turismo

En el apartado anterior se ha puesto en evidencia que Villamontes y Yacuiba cuentan con una actividad turística que ha madurado en los últimos años; por lo que existe un escenario promisorio para que las distintas actividades relacionadas al turismo se fortalezcan y por consiguiente exista una mayor necesidad de fortalecer también la formación en estos ámbitos.

En el levantamiento de información primaria, los jóvenes manifestaron su preferencia por alcanzar un nivel de licenciatura, principalmente en aquellos que se encuentran en un rango de edad de 16 a 20 años en el caso de Villamontes y hasta los 25 en el caso de Yacuiba.

Gráfico 28. Expectativa según nivel de formación en Villamontes

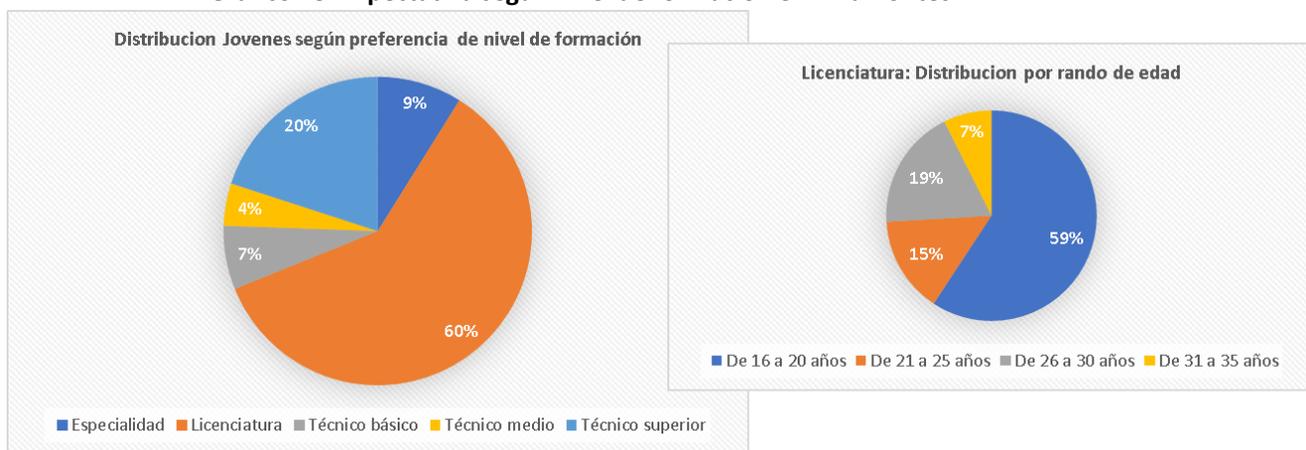
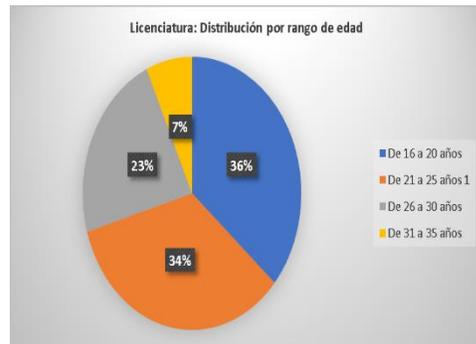
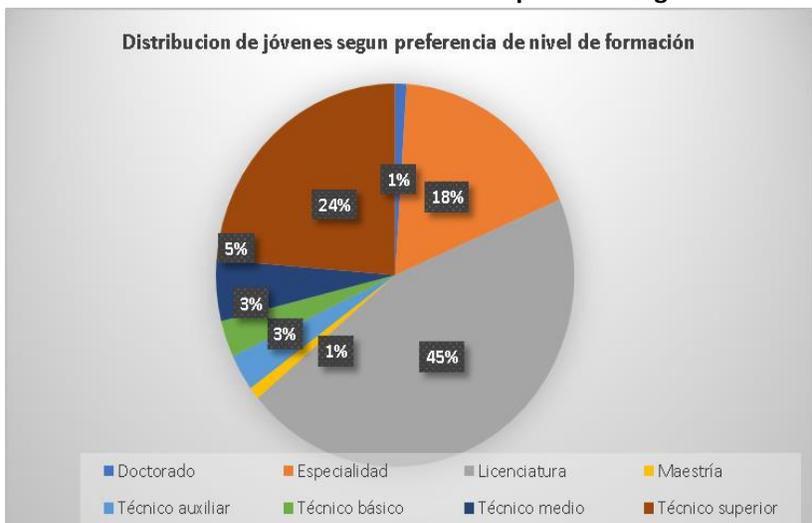


Gráfico 29. Expectativa según nivel de formación en Yacuiba



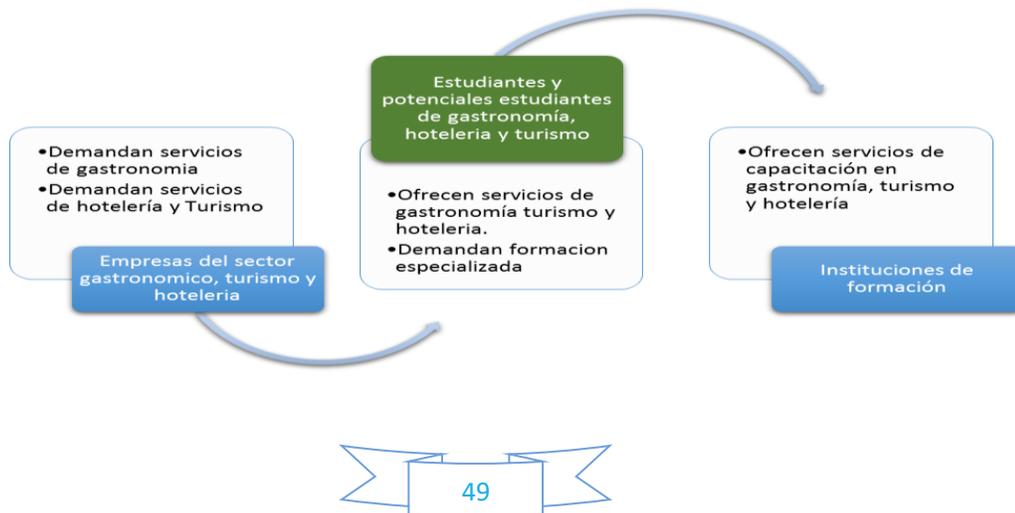
Servicio de Apoyo Infraestructura y Equipamiento:

- La percepción de los actores (Plataforma de Turismo de Villamontes) es que los centros de formación que actualmente existen cuentan con el suficiente equipamiento para proporcionar la formación necesaria a los estudiantes en gastronomía.
- El CERDET hace unos dos años atrás proporcionó a la carrera de gastronomía del Instituto Técnico de Villamontes insumos consistentes en un horno industrial, una cocina industrial, licuadoras, ollas grandes y otros enseres de cocina.
- Es importante mencionar, que de acuerdo a información proporcionada en el taller con miembros de los pueblos originarios de Weenhayek, en cuanto a la artesanía, se identifican que todavía no cuentan con las herramientas necesarias que les ayudarían a mejorar la calidad de su producción artesanal.

3.2 Limitaciones Sistémicas identificadas

Para analizar las limitaciones sistémicas en el servicio de apoyo de formación, ha sido importante ver las percepciones de las instancias que contratan los servicios de gastronomía, hotelería y turismo, es decir de las empresas del sector gastronómico, turismo y hotelería y del consumidor final el turista.

Gráfico 30. Relaciones sistémicas



Limitación sistémica en el servicio de apoyo provisión de información

RELACION: DEMANDA Y OFERTA DE FORMACION

En una situación ideal, los centros de formación sabrían exactamente lo que las empresas requerirían, es decir que existiría un flujo de información eficiente; sin embargo, se ha constatado que existen demandas de especialidades en el mercado que no son cubiertas por los centros de formación lo que afecta a una prestación de servicio con mayor calidad.

Existe una demanda de servicios (percepción de turistas) insatisfecha en cuanto a sus requerimientos; en hotelería se requiere: i) mejor atención al cliente, ii) provisión de información turística complementaria iii) procesos de check in y check out bien implementados; iv) Gestión ecológica y sostenible de los hoteles; en gastronomía: i) Innovación y perfeccionamiento del menú, ii) Inclusión de menús saludables con comida vegana y otras de dieta especializada. De acuerdo al análisis realizado, en Yacuiba de los 42 comentarios recogidos para hoteles, el 38% estaba entre pobre y terrible. En Villamontes de 74 comentarios el 12% estaba entre regular y malo (no se obtuvo ninguna calificación “terrible”). Parecería ser que existe mayor calidad en la prestación de servicios en Villamontes con relación a Yacuiba.

Ciertos requerimientos, pueden ser enfocados hacia la generación de nuevos emprendimientos, a través de una formación no solo técnica sino de gestión empresarial que coadyuve a la sostenibilidad; por ejemplo, un emprendimiento de provisión de información turística complementaria al huésped para que realice actividades o visite lugares cercanos, mediante aplicaciones que promuevan la digitalización.

Se concluye que la información generada por los turistas en cuanto a sus percepciones, no es eficientemente canalizada, y, la oferta que se genera (potenciales emprendimientos y negocios del sector) no responden totalmente a las exigencias de la demanda turística. Por tanto en Yacuiba y Villamontes la formación no está dirigida a satisfacer los requerimientos específicos que requiere la demanda turística.

No existe capacitación específica en turismo y hotelería en las localidades, la formación en gastronomía es muy básica. Los jóvenes que quieren profesionalizarse en el área deben salir hasta Tarija para formarse.

Las iniciativas que se quieren implementar en Villamontes, en especial sobre la Guerra del Chaco van a requerir personal de servicio al cliente, intérpretes y guías especializados en historia, que podrían formarse en la localidad, pero no existe esa oferta específica.

Causa sistémica	<p>Débil articulación entre actores respecto a la transmisión de información efectiva desde los consumidores finales (turistas) recogida por los prestadores de servicio, hacia los centros de formación. Es importante destacar que existe una mayor voluntad política en Villamontes que en Yacuiba.</p> <p>A nivel político, el turismo todavía no se considera una actividad estratégica o de importancia económica en los municipios.</p>
Actores que ayudan a dar una solución	<p>La Plataforma de Turismo de Villamontes, ha trabajado y trabaja en el sentido de mejorar las asimetrías de información entre demanda laboral y oferta de formación.</p>
Solución sistémica vinculada al uso del tic	<p>Provisión de información permanente y actualizada, a través de herramientas tecnológicas, desde las percepciones de los turistas hacia los centros de formación.</p> <p>Herramientas tecnológicas que contribuyan a fortalecer el tejido empresarial con el objetivo de reactivar la economía y el turismo.</p>

4 Necesidades, demanda y uso de conectividad a internet

4.1 Compañías de servicio de internet

Las compañías de servicios de internet tanto en Villamontes como en Yacuiba son: ENTEL, TIGO y VIVA. A continuación, se muestran los mapas de cobertura (<https://www.nperf.com/es/map/BO/-/167642.Entel-Mobile/signal/?ll=-16.402076824016884&lg=-63.55&zoom=5>) para cada uno de los proveedores.

Gráfico 31. Villamontes: Mapa de Cobertura 3G 4G y 5G Entel Mobil

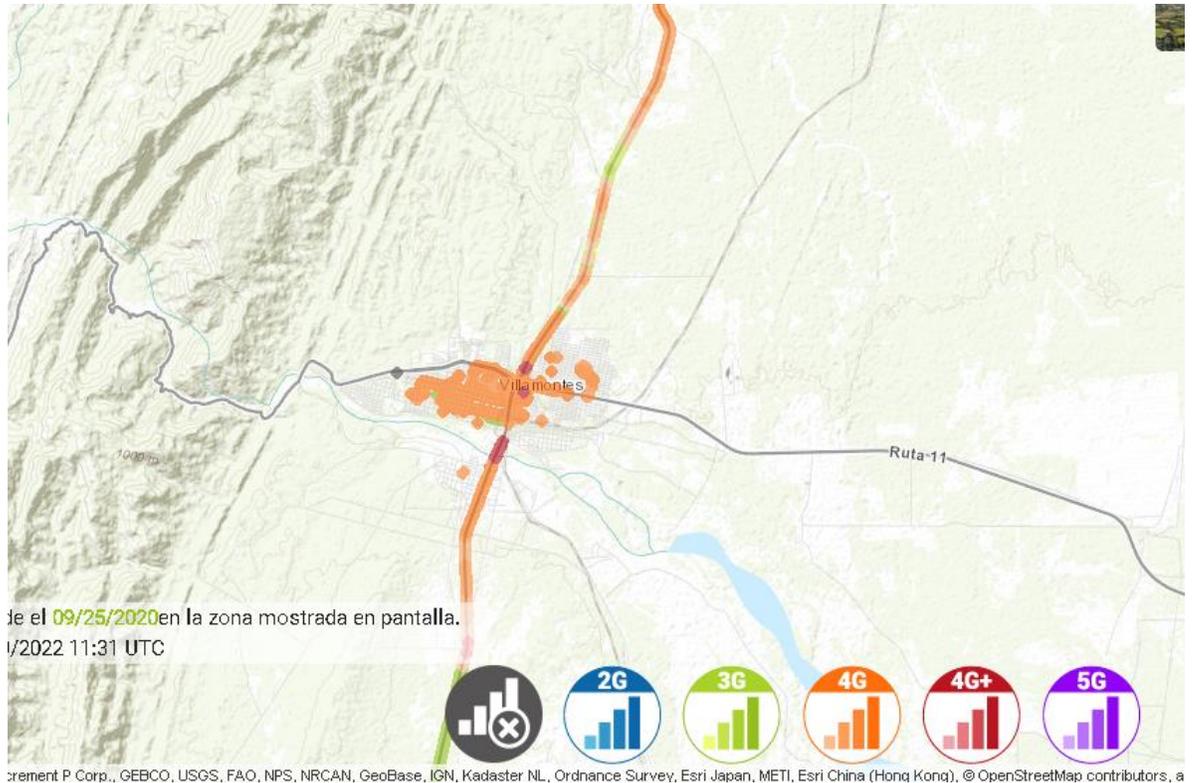


Gráfico 32. Villamontes: Mapa de Cobertura 3G 4G y 5g TIGO

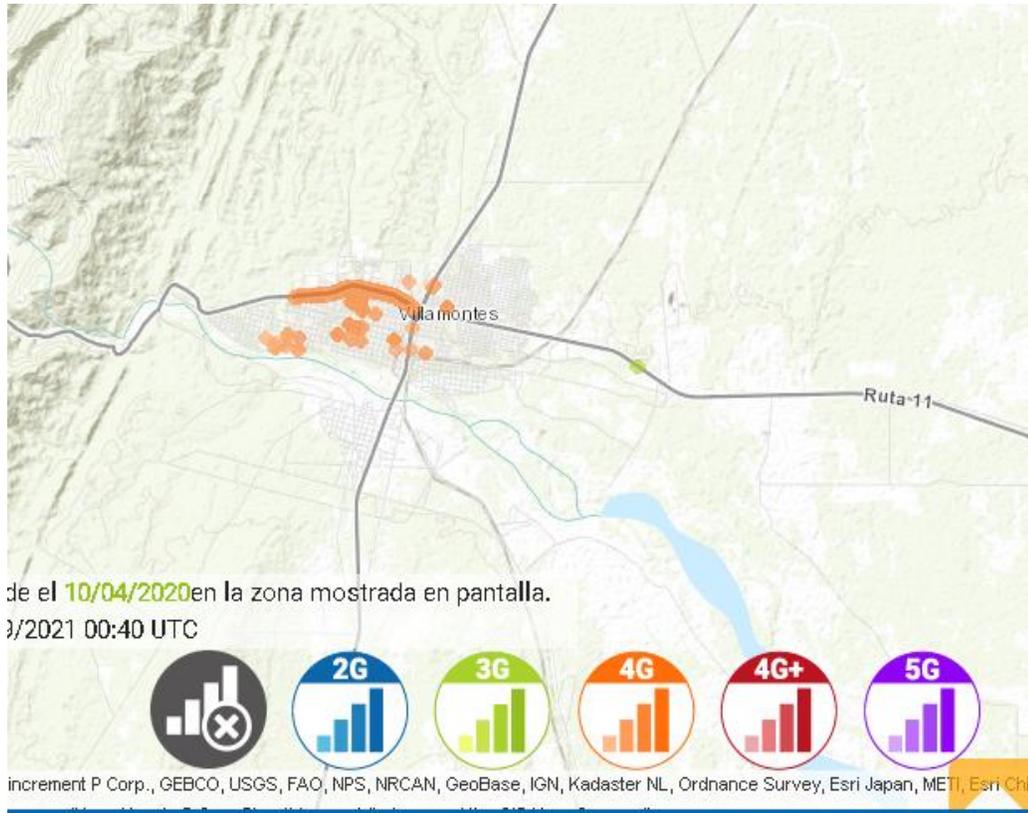


Gráfico 33. Villamontes: Mapa de Cobertura 3G 4G y 5g VIVA

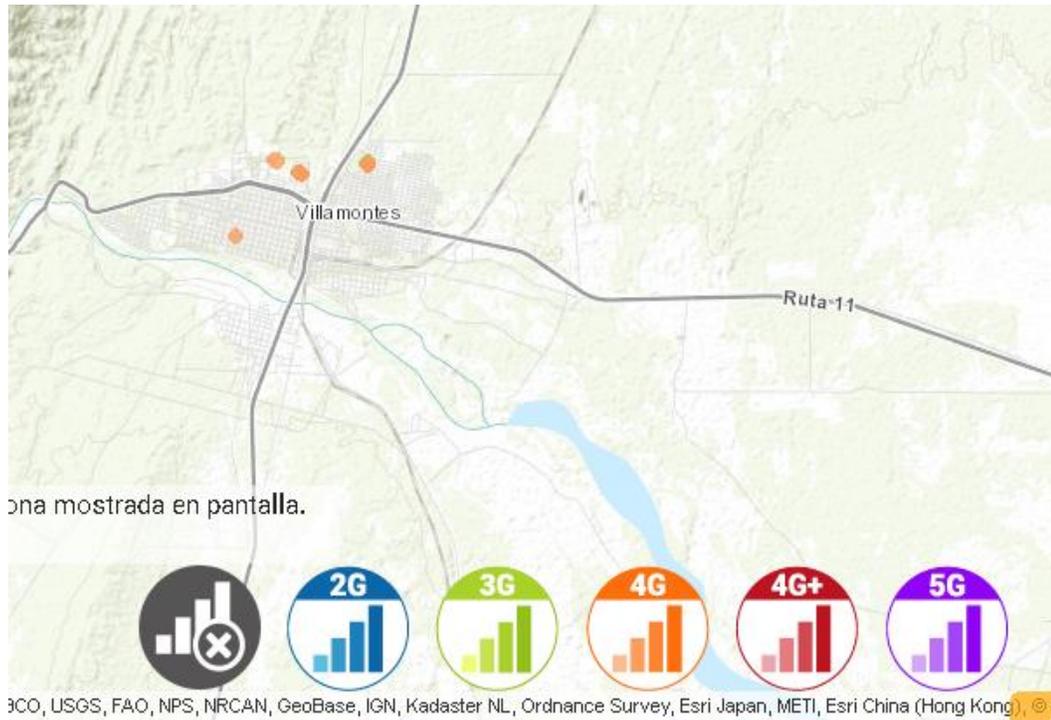


Gráfico 34. Yacuiba: Mapa de Cobertura 3G 4G y 5g Entel Mobile

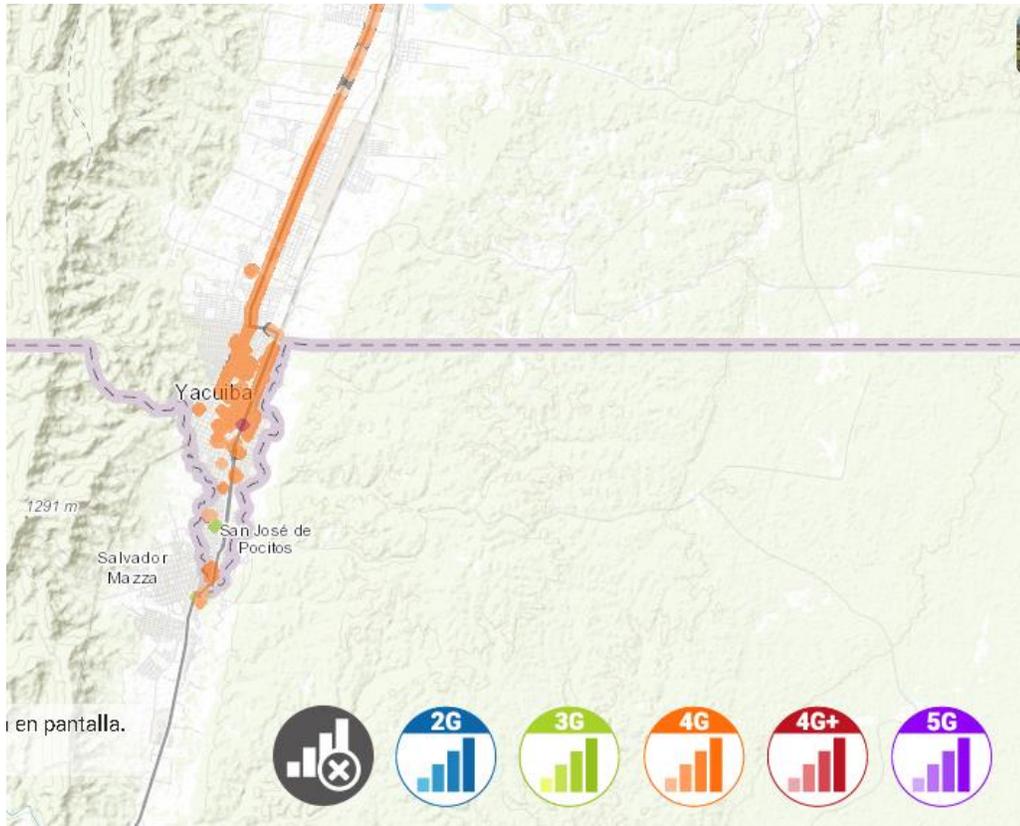


Gráfico 35. Yacuiba: Mapa de Cobertura 3G 4G y 5g Tigo Mobile

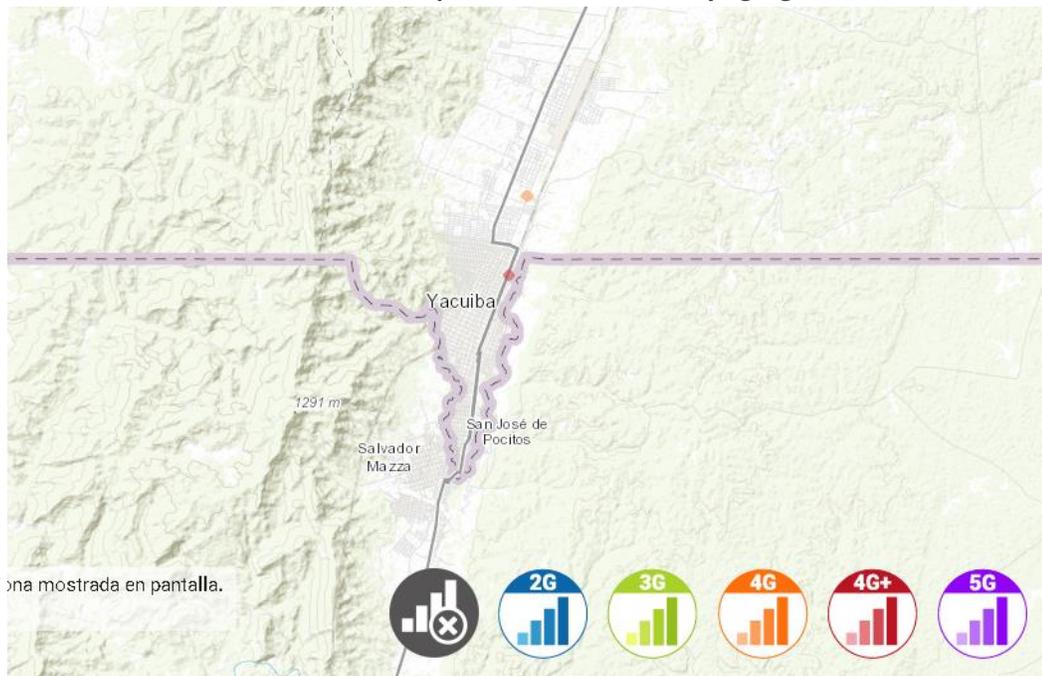
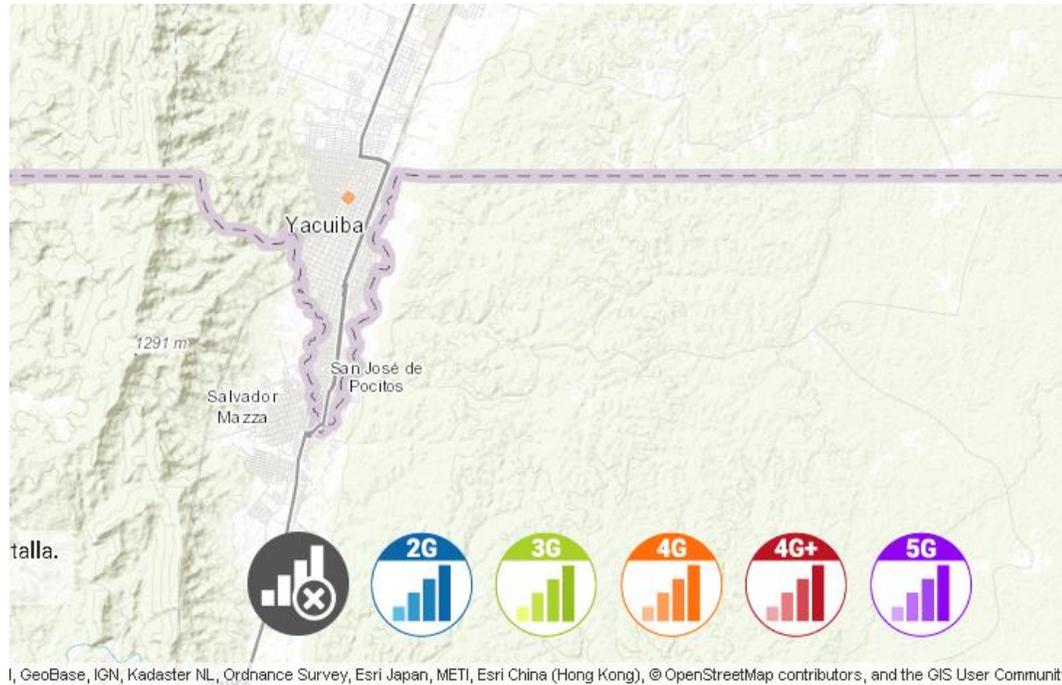


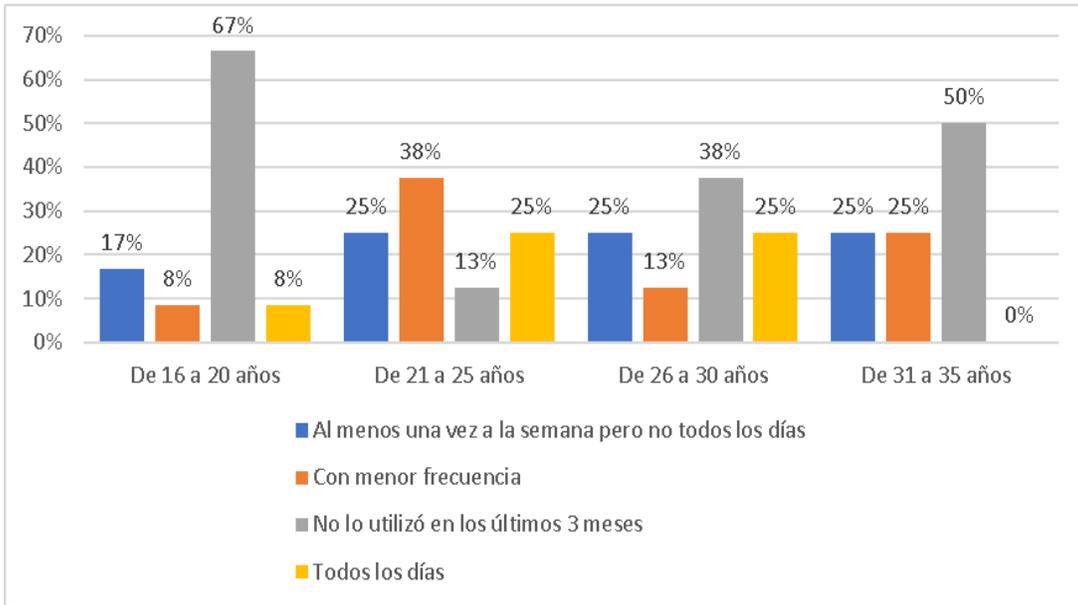
Gráfico 36. Yacuiba: Mapa de Cobertura 3G 4G y 5g Viva Mobile



4.2 Uso de internet por parte de los jóvenes

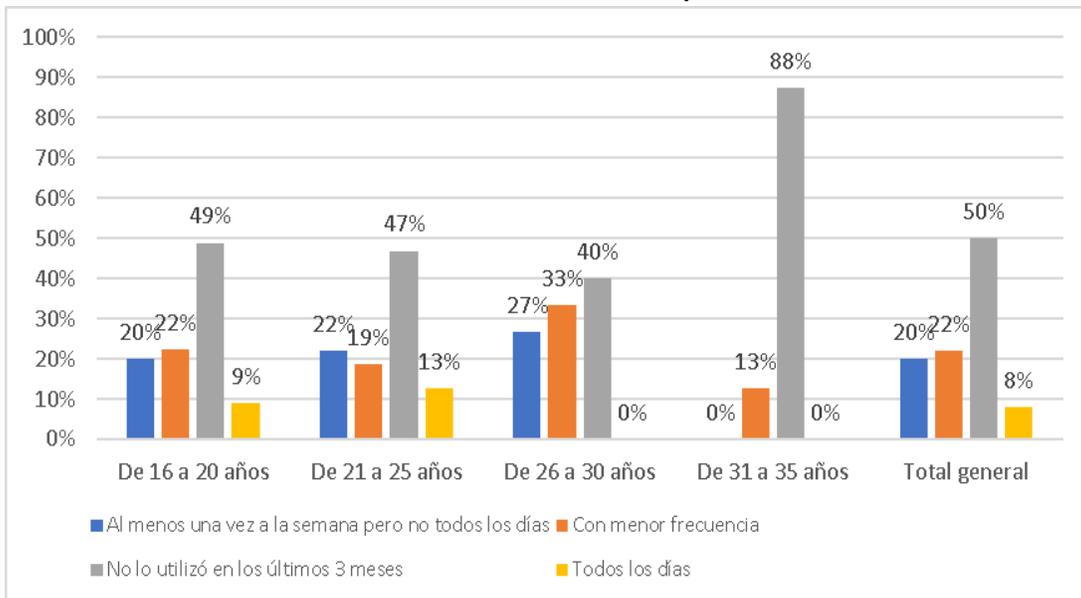
- El 98% de los jóvenes encuestados en Villamontes y el 95% de los jóvenes en Yacuiba utilizó internet en los últimos tres meses
- En el 76% de las respuestas proporcionadas por los jóvenes de Villamontes, se mencionó que prefieren el servicio de Entel al de Tigo y Viva; este hecho se da porque la cobertura de Entel es mucho más amplia que la de otros proveedores. En el caso de Yacuiba el 47% de las respuestas está concentrada en Entel y otro 47% en los servicios de Tigo.
- El 100% de los jóvenes encuestados utilizó el celular para conectarse a internet tanto en Yacuiba como Villamontes. Solo el 20% optó también por conectarse a través de una computadora además del celular en Villamontes y en el caso de Yacuiba este porcentaje alcanzó el 28%.
- En Villamontes solo un joven comprendido entre los 16 a 20 años utilizó además del celular y la computadora una laptop para el uso del internet. En el caso de Yacuiba el 18% mencionó que utilizaron, además, laptop y Tablet.
- En Villamontes la totalidad de los jóvenes comprendidos entre los 16 a 20 años utiliza internet todos los días a través del celular. Solo el 7% de los encuestados mencionó que utiliza el internet por celular con menor frecuencia. En el caso de Yacuiba el 88% de los jóvenes encuestados mencionó que utiliza el internet por celular.
- Con relación al uso del internet a través de una computadora, las respuestas son más diversas en Villamontes. En el gráfico a continuación se observa que en los últimos tres meses la mayoría de los jóvenes no utiliza internet por computadora, principalmente este panorama se observa en el rango de 16 a 20 años; los que mencionaron con mayor frecuencia que utilizan todos los días, son los comprendidos entre los 21 a 30 años.

Gráfico 37. Uso del internet a través de computadora en Villamontes



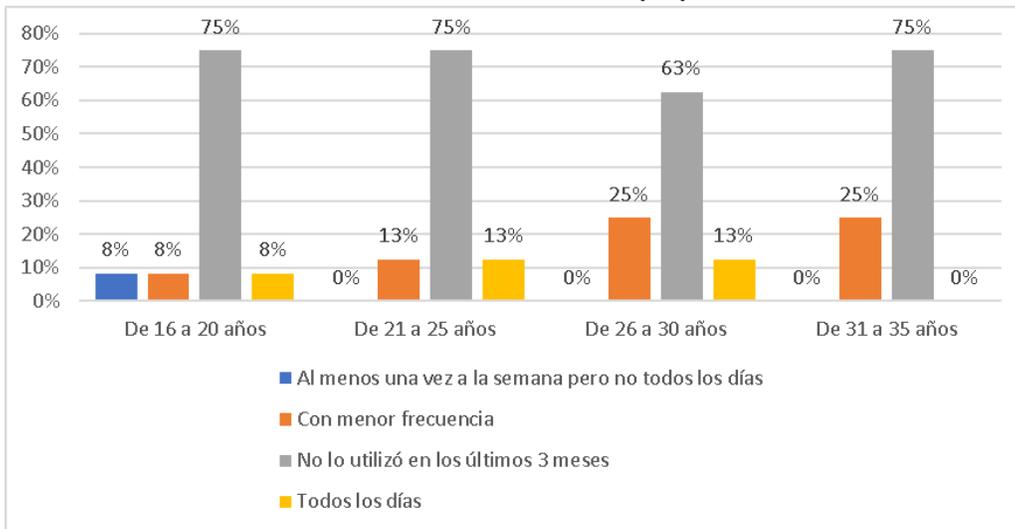
- En el caso de Yacuiba el 50% de los encuestados mencionó que no utilizó internet en los últimos 3 meses por computadora; los que indicaron que más utilizan son los comprendidos entre los 16 a 20 años

Gráfico 38. Uso del internet a través de computadora en Yacuiba



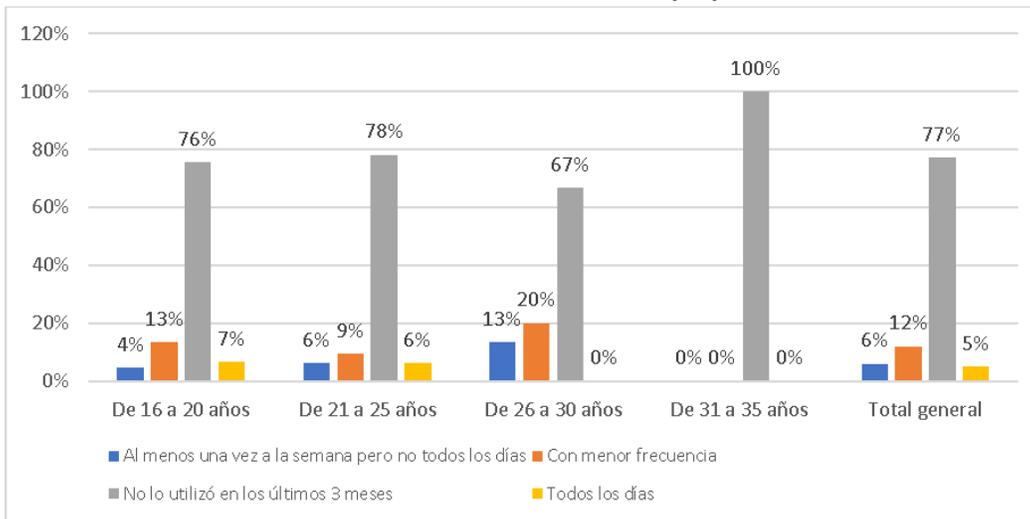
- En cuanto al uso del internet por una laptop, la mayoría de los jóvenes en Villamontes no toma dicha alternativa porque no cuentan con una; los jóvenes de 26 a 30 años en solo un porcentaje del 13% mencionaron que si se conectan todos los días a través de una laptop.

Gráfico 39. Uso del internet a través de laptop en Villamontes



- En el caso de Yacuiba ocurre algo similar, el 77% de los encuestados mencionó que no se conectó a través de una laptop, los que más utilizan la laptop son los comprendidos entre los 26 a 30 años.

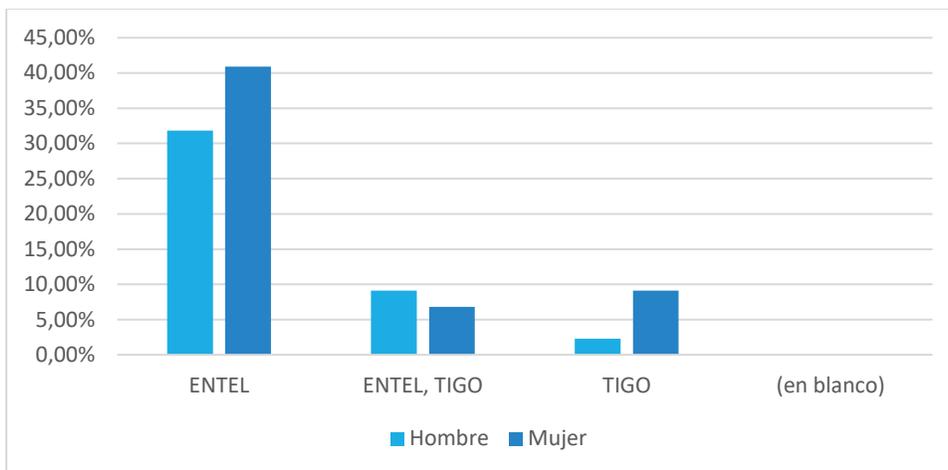
Gráfico 40. Uso del internet a través de laptop en Yacuiba



- Ante la pregunta, desde donde se conectó a internet, el 91% de los jóvenes en Villamontes y el 86% de los jóvenes en Yacuiba mencionó que se conectó desde su casa. Solo el 2% de los entrevistados en Villamontes y el 1% en Yacuiba mencionó que se compra datos para acceder a internet.
- En Bolivia a nivel nacional y considerando que el 95% de los jóvenes se conectan desde un dispositivo móvil, las principales empresas que brindan este servicio son ENTEL, TIGO y VIVA. A continuación, analizaremos la selección que realizaron los jóvenes.

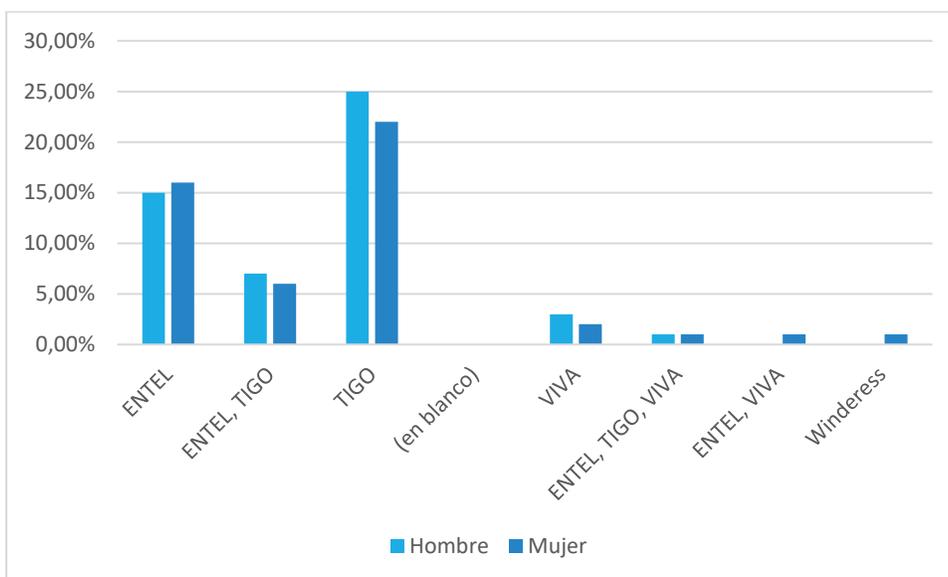
- En el municipio de Villamontes se observa que el 40% de la población femenina y el 30% de la población masculina utiliza ENTEL, y menos del 10% de ambos sexos utilizan TIGO y ENTEL de forma simultánea, debido a la señal que existe en la región.

Gráfico 41. Empresas que brindan servicio de internet en Villamontes



- En el municipio de Yacuiba a diferencia de Villamontes el 25% de los varones y el 23% de las mujeres utilizan el servicio de la empresa TIGO. El 15% de la población masculina y femenina utilizan ENTEL y aproximadamente el 5% utilizan ambas empresas de forma simultánea. La empresa VIVA no tiene buena cobertura en la zona.

Gráfico 42. Empresas que brindan servicios de internet en Yacuiba

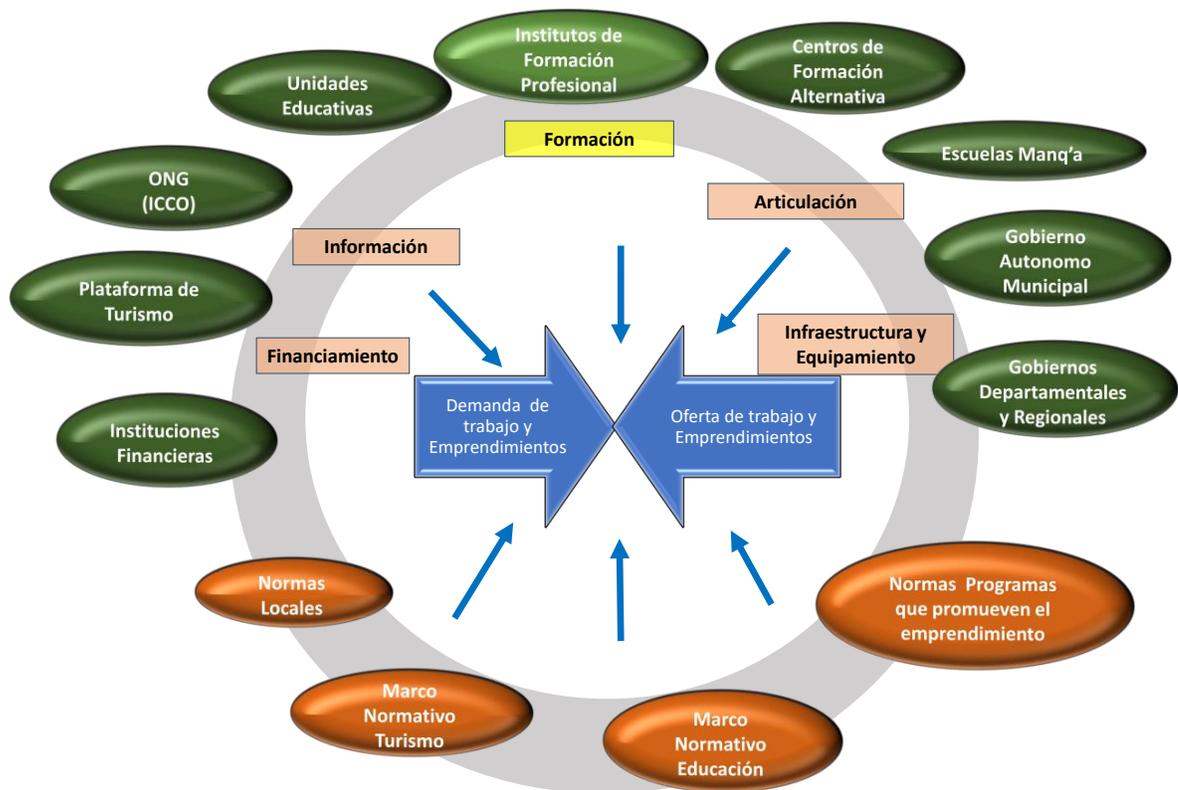


5 Oportunidades de empleo y emprendimiento desde un enfoque sistémico

5.1 Relación transaccional, servicios de apoyo y actores

En el siguiente esquema se visualiza la relación transaccional entre demanda de formación y oferta de formación, así como los actores que intervienen y los servicios de apoyo que facilitan el encuentro entre demanda y oferta.

Gráfico 43: Relación Transaccional Demanda Vs. Oferta de emprendimientos



Se exponen los servicios de apoyo que facilitan el encuentro entre demanda y ofertas de emprendimientos:

- Formación sobre el emprendimiento
- Articulación
- Provisión de información
- Infraestructura y equipamiento
- Financiamiento

Asimismo, se expone el marco normativo que coadyuva y facilita la promoción de emprendimientos

- Marco normativo sobre turismo
- Marco normativo que promueve el emprendimiento
- Normas locales

Tener conocimiento sobre el emprendimiento, es comprender que el emprendimiento es el reconocimiento de una oportunidad para crear valor, tanto social como económico, y que es el proceso de tomar acción sobre dicha oportunidad (OIT, Promoción de futuros emprendedores, Nov 2014), es así que muchos jóvenes se animan a emprender con el ánimo de además de contar con una fuente de ingreso, de dar mayor valor a sus aptitudes y cualidades.

Producto de la pandemia y del cierre de varios negocios dedicados al turismo y otros sectores, los jóvenes vieron la necesidad de poder optar por otras fuentes de ingresos que derivaron en la generación de nuevos emprendimientos, entre ellos los de gastronomía tal como se pudo constatar en el levantamiento de información con los jóvenes. El sector de turismo está en un momento de reactivación, impulsado por un turismo interno, con ciertas características: un desplazamiento de personas de ciudades a zonas rurales, de corta duración y hacia destinos cercanos. Este hecho se puede considerar en una oportunidad para generar un enfoque de turismo rural, liderado por jóvenes con ideas innovadoras, donde se propongan espacios abiertos, con cercanía a la naturaleza y gastronomía local.

Servicio de apoyo formación en emprendimiento

El Gobierno Autónomo Regional del Gran Chaco – Villa Montes en la gestión 2020 realizó un ciclo de capacitación a personas emprendedoras, sobre todo mujeres, quienes podrán posteriormente acceder a créditos para poner en marcha sus propias iniciativas productivas.

En Tarija la Universidad Católica Boliviana lanzó un diplomado internacional en emprendimiento sostenible en innovación empresarial en junio del 2022.

Financiamiento que promueve el emprendimiento

En Villamontes, se cuenta con el Fondo Rotatorio Regional enfocado para el Chaco Boliviano donde los intereses del financiamiento son mínimos

Programas/Acciones que promueven el emprendimiento

En gestiones pasadas el CEA Villamontes realizó una feria educativa productiva denominada “Emprendimiento Turístico en el CEA que Genera Autoempleo”.

En Yacuiba la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Sede Tarija con el apoyo de la Red Europeo Latinoamericana de Apoyo a Emprendedores Sociales (ELANET) y del Proyecto SEfficiency VLIR UOS y en colaboración con el Gobierno Autónomo Municipal de Yacuiba realizó la primera Feria “Activando el Emprendimiento” en diciembre de 2021

Percepción de los jóvenes

En cuanto a la percepción de los jóvenes, en el levantamiento de encuestas que se realizó en Villamontes, se evidenció que el 44% de las respuestas mencionaba que no saben sobre programas de formación de emprendimiento, el 35% indica que sabe que el gobierno municipal realiza este tipo de actividades y el 48% que es la gobernación la que realiza la formación o apoyo a emprendedores.

En Villamontes el 73% de los jóvenes no cuentan con un emprendimiento, sin embargo, existe un porcentaje del 27% de los jóvenes que sí emprende; en Yacuiba existe un porcentaje similar del 28%. En el siguiente gráfico se muestra que en el caso de Villamontes el grupo etario con mayor cultura emprendedora (que tiene un emprendimiento) es el comprendido en los rangos de 26 a 30 años y 31 a 35 años. En el caso de Yacuiba, los que cuentan con un emprendimiento son principalmente los que se encuentran en el rango etario de 21 a 25 años.

De los jóvenes que sí tienen un emprendimiento, el 42% en Villamontes y el 50% en Yacuiba mencionaron que está relacionado a la gastronomía, el resto indicó que su negocio tiene que ver con turismo, abarrote, la bisutería, la fotografía, la venta de abarrotes, venta de dulces, venta de utensilios, reparación de electrodomésticos, mercadería y comercio.

El 33% de los emprendimientos en Villamontes tiene más de 2 años de vida. En la tabla a continuación se muestra los emprendimientos mencionados por los jóvenes versus el tiempo de vida que tienen. Es importante mencionar que los emprendimientos que mayor tiempo de vida tienen son los de gastronomía, con relación a los otros emprendimientos; sin embargo, es importante mencionar que de los 5 emprendimientos en gastronomía 3 tienen menos de 6 meses de vida.

Emprendimiento	Tiempo de vida					Total
	1 a 6 meses	2 años	7 a 12 meses	Más de 2 años	Menos de 1 mes	
Abarrote		1				1
Bijoutería	1					1
Fotografía			1			1
Gastronomía	1	1		1	2	5
Turismo	1					1
Venta de Abarrotes				1		1
Venta de dulces				1		1
Venta de utensilios				1		1
Total general	3	2	1	4	2	12

En el caso de Yacuiba, la mayoría de los emprendimientos tienen más de 2 años de vida y entre 1 y 6 meses. Los que tienen más de 2 años, 4 no han sido especificados 3 corresponden a gastronomía y los otros a comercio y reparación de electrodomésticos. Los que tienen de 1 a 6 meses de un total de 8, 5 corresponden a gastronomía.

Emprendimiento	Tiempo de vida					Total general
	1 a 6 meses	2 años	7 a 12 meses	Más de 2 años	Menos de 1 mes	
Comercio	1			1		2
Gastronomía	5	4	1	3	2	15
Gastronomía, Hotelería					1	1
Metalúrgica			1			1
Mercaderías	1					1
No específica	1		1	4	1	7
Reparación de electrodomésticos				1		1
Turismo					1	1
Venta					1	1
Total general	8	4	3	9	6	30

Es importante mencionar que del total de emprendimientos que se mencionan, en Villamontes el 70% contaba con un capital de arranque al comenzar, solo el 30% acudió a un crédito bancario. En Yacuiba el 63% contaba con un capital de arranque y el 10% acudió a préstamos bancarios y también a amigos.

5.2 Limitaciones sistémicas identificadas

<p>Limitación sistémica en el servicio de apoyo Formación</p> <p>RELACION: DEMANDA Y OFERTA DE TRABAJO Y EMPRENDIMIENTOS</p>	<p>De los jóvenes encuestados el 67% en Villamontes y 88% en Yacuiba han alcanzado el nivel secundario. Es importante mencionar que a diferencia de Yacuiba, en Villamontes han alcanzado en un mayor porcentaje niveles de formación más avanzados, como el de técnico medio, técnico superior y hasta el nivel de licenciatura, lo que llevaría a concluir que existe un mayor nivel de educación en Villamontes.</p> <p>Ambos municipios cuentan con Centros de Educación Alternativa e Institutos Tecnológicos donde se ofrece la carrera de gastronomía. En Yacuiba ya se cuenta con la Escuela Gastronómica Manq'a Los CEA cuentan con un marco normativo específico para las carreras técnicas en turismo, estando en perspectivas del CEA de Villamontes abrir esta nueva carrera</p> <p>En cuanto a la intención de formarse en hotelería y turismo por parte de los jóvenes, en Villamontes se alcanza un porcentaje del 46% y en Yacuiba un 40%. En ambos municipios se tiene la intención de llegar hasta un nivel de licenciatura.</p> <p>En cuanto a los emprendimientos existen pocos que han sido iniciados por los jóvenes. En Villamontes se identifica solo un 27%, de los cuales el 46% está destinado a la gastronomía, 5% al turismo y no se identifica para hotelería. En Yacuiba el 28% de los encuestados tiene un emprendimiento, de los cuales el 53% es en gastronomía, 3% hotelería y otro 3% a turismo.</p> <p>En Villamontes, de los 5 emprendimientos en gastronomía 3 tienen menos de 6 meses de vida y en Yacuiba de los 15, 7 tienen menos de 6 meses, los de hotelería y turismo tienen menos de un mes.</p> <p>La tendencia se inclina por la opción gastronómica como área de emprendimiento, la hotelería y el turismo todavía no han sido comprendidos en cabalidad para generar interés y emprendimientos relacionados.</p> <p>Parecería ser entonces que la formación tanto en gestión de un emprendimiento, en las áreas técnicas de turismo, hotelería y en menor grado gastronomía, necesitan fortalecerse.</p>
<p>Causa sistémica</p>	<p>Las instancias que ofrecen procesos de formación, todavía no cuentan con programas dirigidos a hotelería y turismo y gastronomía (con enfoque de turismo y emprendimiento), en el entendido que ambas regiones tienen una riqueza turística que ya es valorada a nivel nacional e internacional.</p> <p>En general no existen programas de formación para emprendedores, que permitan generar iniciativas o fortalecer las existentes.</p>

Actores relevantes para una solución sistémica	Centros de formación.
Solución Sistémica	Formación específica sobre las demandas requeridas por el sector turístico, dirigida a mejorar la calidad de trabajo y a la generación de emprendimientos.

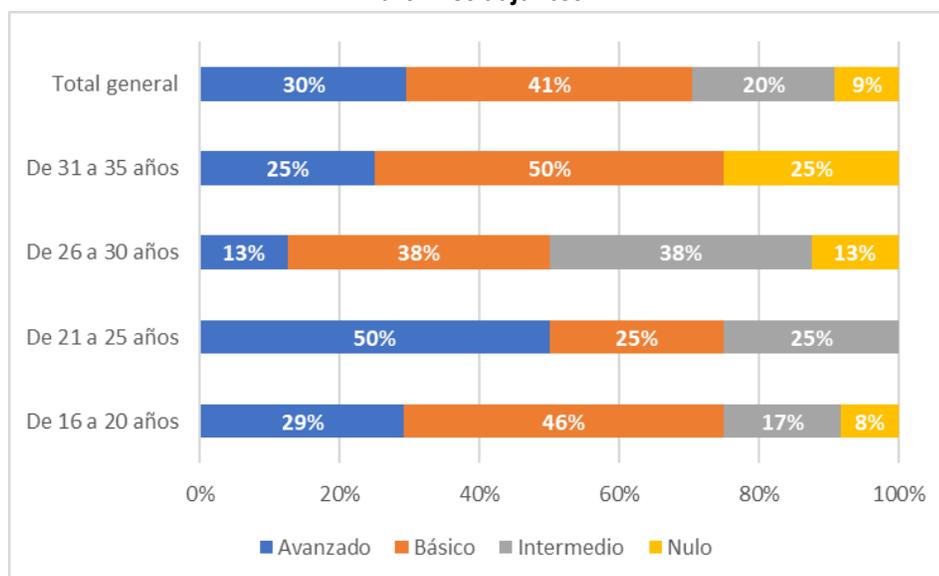
6 Oportunidades de acceso a herramientas tecnológicas

6.1. Herramientas tecnológicas

En cuanto al conocimiento que tienen los jóvenes de Villamontes y Yacuiba sobre las herramientas tecnológicas, las respuestas fueron las siguientes:

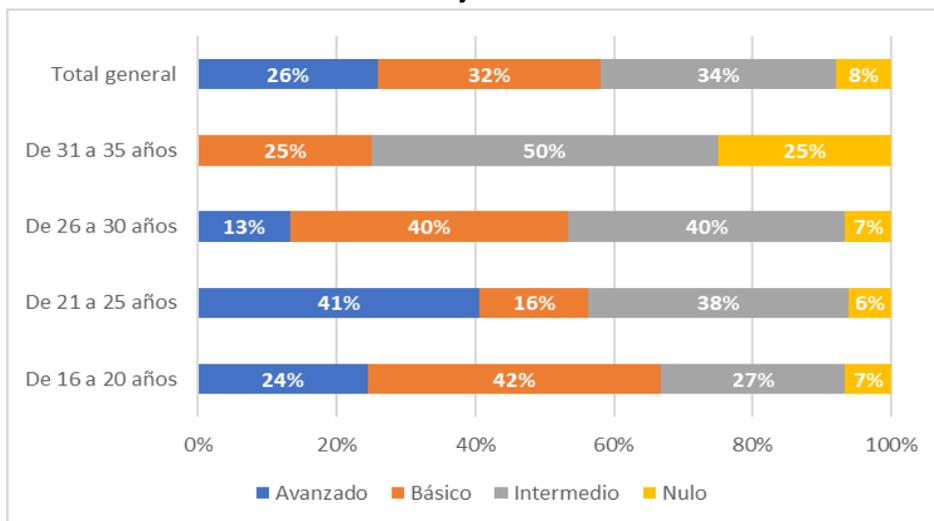
Nivel de conocimiento que tiene de las siguientes habilidades con internet: Enviar mensajes o correos electrónicos con archivos adjuntos (Ej.: documentos, audio o video).

Gráfico 44. Villamontes: Nivel de conocimiento de enviar mensajes o correos electrónicos con archivos adjuntos



En general sólo un 30% tiene un conocimiento avanzado sobre esta habilidad. La mitad de los jóvenes de 31 a 35 años mencionaron que su conocimiento es básico; mientras que la mitad de los comprendidos entre los 21 a 25 años mencionaron que su conocimiento es avanzado.

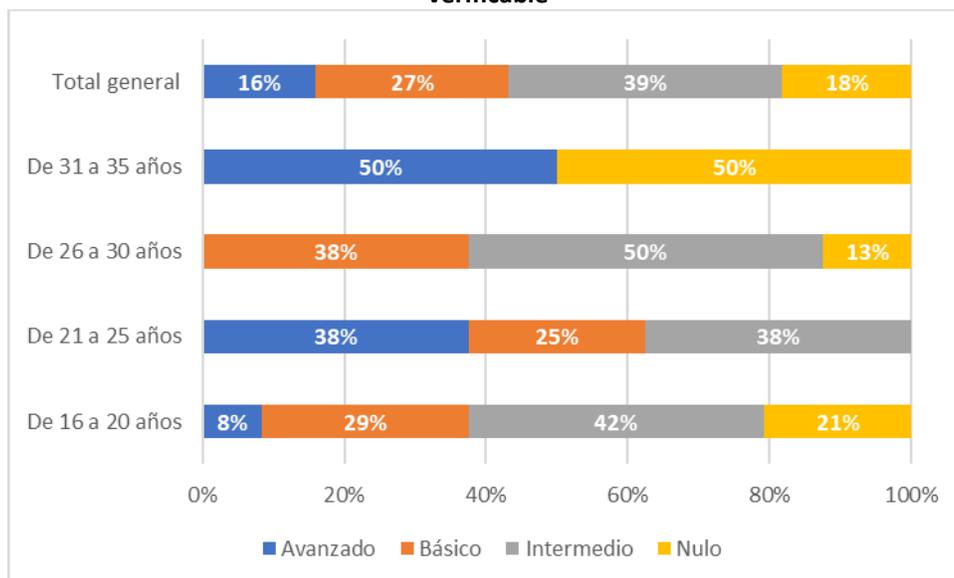
Gráfico 45. Yacuiba: Nivel de conocimiento de enviar mensajes o correos electrónicos con archivos adjunto



A diferencia de Villamontes, la mitad de los jóvenes de 31 a 35 años mencionaron que su conocimiento es intermedio; pero también, sólo los jóvenes comprendidos entre los 21 a 25 años tienen el mayor porcentaje de conocimiento avanzado llegando a 41%.

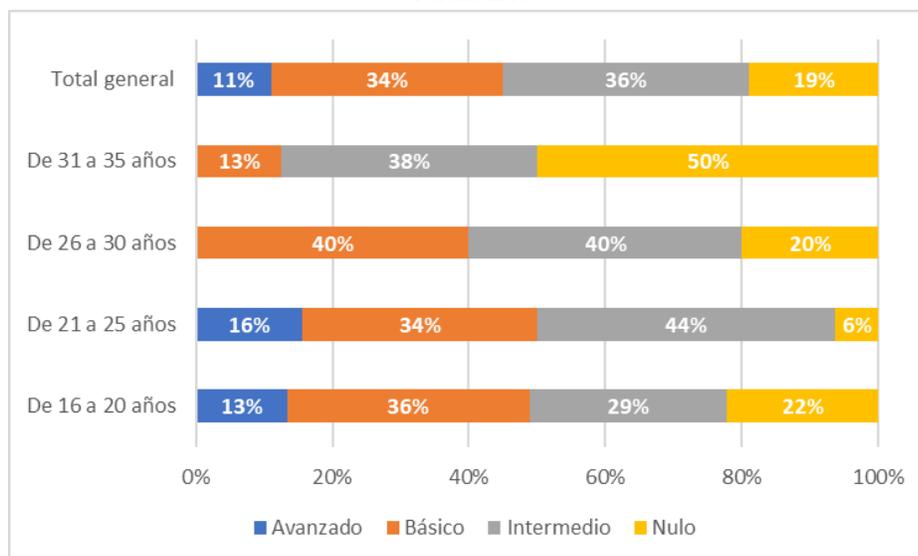
Nivel de conocimiento que tiene de las siguientes habilidades con internet: Identificar fácilmente si la información que encuentra en Internet es falsa o poco verificable.

Gráfico 46. Villamontes: Nivel de conocimiento para identificar fácilmente información falsa o poco verificable



En términos generales un 39% de los jóvenes ha mencionado que cuentan con un conocimiento intermedio sobre la identificación de información falsa o poco verificable en internet; los jóvenes con edad de 31 a 35 años o bien tienen un conocimiento nulo o bien tienen uno avanzado.

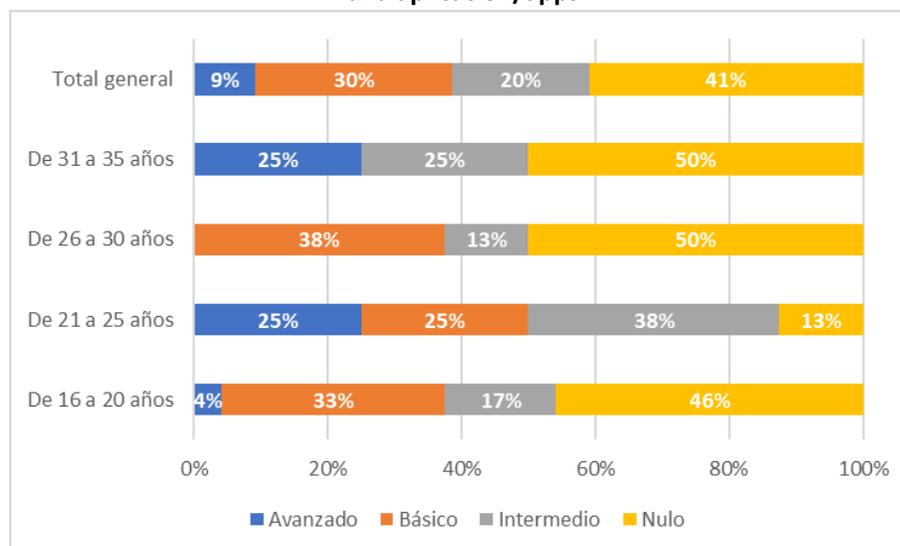
Gráfico 47. Yacuiba: Nivel de conocimiento para identificar fácilmente información falsa o poco verificable



De manera similar a Villamontes, una buena parte de los jóvenes (36%) ha mencionado que cuentan con un conocimiento intermedio; sin embargo, se destaca que la mitad de los jóvenes de 31 a 35 años tienen un conocimiento nulo.

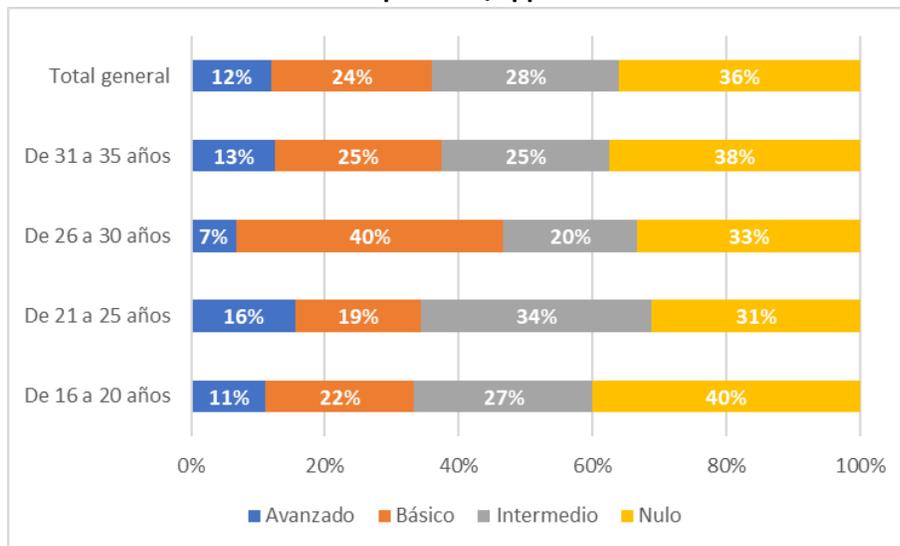
Nivel de conocimiento que tiene de las siguientes habilidades con internet: Realizar una transacción, comprar o pagar por una aplicación/apps en internet

Gráfico 48. Villamontes: Nivel de conocimiento para realizar una transacción, comprar o pagar por una aplicación/apps



Los jóvenes en Villamontes contestaron que no tienen ningún conocimiento sobre cómo realizar una transacción, comprar o pagar por una aplicación en internet en un porcentaje del 41%. Un 50% de los que tienen de 31 a 35 años tienen esta característica.

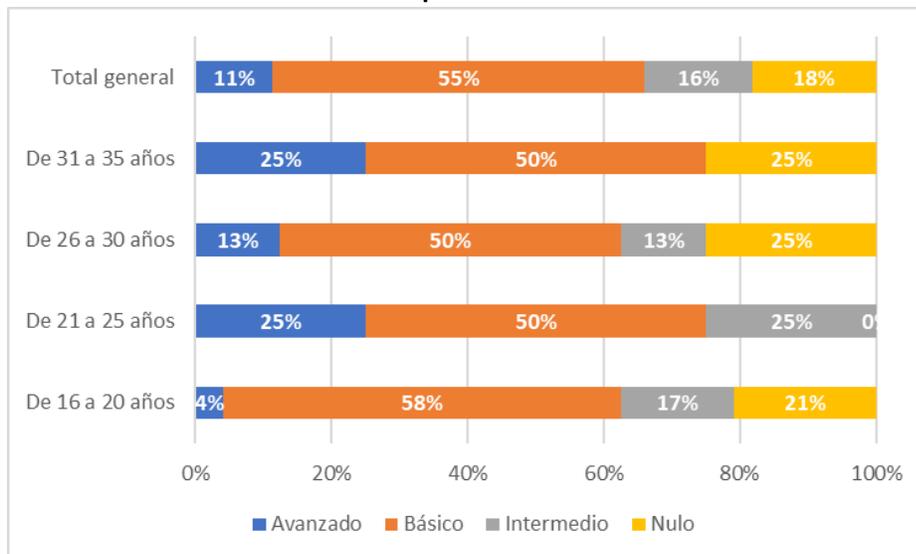
Gráfico 49. Yacuiba: Nivel de conocimiento para realizar una transacción, comprar o pagar por una aplicación/apps



En la misma línea de Villamontes, un 36% de todos los jóvenes en Yacuiba no tienen ningún conocimiento sobre cómo realizar una transacción, comprar o pagar por una aplicación en internet. El porcentaje llega a un 40% en los jóvenes que tienen de 16 a 20 años con conocimiento nulo.

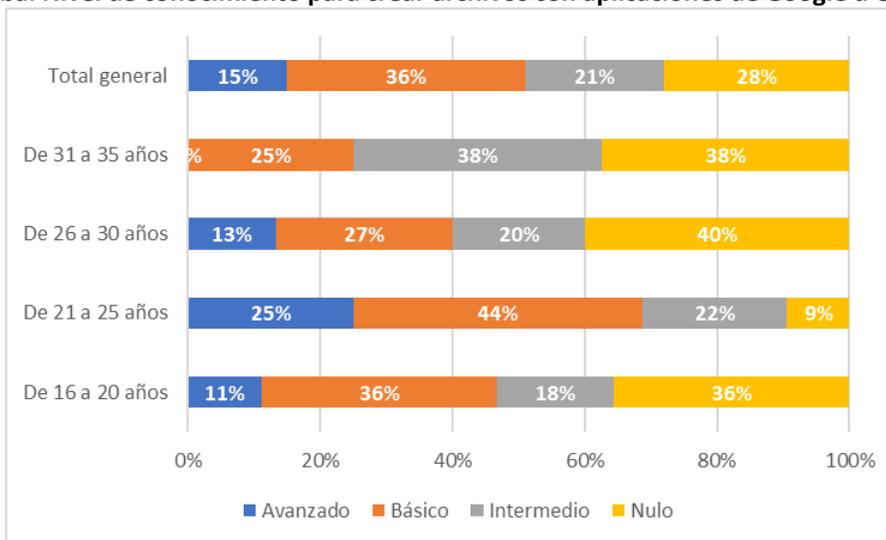
Nivel de conocimiento que tiene de las siguientes habilidades con internet: Crear documentos, hojas de cálculo, presentaciones con las aplicaciones de Google u OpenOffice

Gráfico 50. Villamontes: Nivel de conocimiento para crear archivos con aplicaciones de Google u OpenOffice



Se observa que de todos los jóvenes más del 50% de los encuestados ha mencionado que su conocimiento en el manejo de herramientas del Google u open office es básico. En promedio el 18% ha mencionado que es nulo.

Gráfico 51. Yacuiba: Nivel de conocimiento para crear archivos con aplicaciones de Google u OpenOffice



A diferencia de Villamontes, en Yacuiba se observa en general que los jóvenes en un 36% ha mencionado que su conocimiento en el manejo de herramientas del Google u open office es básico. Dentro de esta cantidad el 44% corresponde a jóvenes de 21 a 25 años.

¿En cuanto al uso de plataforma de conectividad relacionada a la educación virtual? (Ej.: Microsoft Teams, Google Classroom, Meet, Zoom), en Villamontes el 84% de los jóvenes que utilizó internet en los últimos tres meses ha mencionado que, si ha utilizado alguna plataforma de conectividad, mientras que en Yacuiba el porcentaje en relación a esta característica llega al 90%.

6.2 Acceso a plataformas y/o redes sociales

Ante la pregunta ¿Utilizó alguna app o plataforma de almacenamiento en línea de documentos, imágenes, música, videos y otro tipo de archivos (Ej.: Dropbox, Google Drive, SkyDrive, iCloud) ?, el 52% de los jóvenes encuestados mencionó que no utilizó y el 48% que sí. De los que tuvieron una respuesta afirmativa el 95% mencionó que optó por el Google drive y el 5% por el zoom

Ante la pregunta, ¿Participó de alguna Red Social en Internet (Ej.: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, WhatsApp, etc.) el 77% de los jóvenes indicó que sí.

En el gráfico a continuación se muestra que, de las alternativas mencionadas, el WhatsApp tiene un mayor uso 37% y luego viene el Facebook 32%.

En el gráfico de barras se observa que un mayor uso del Facebook, WhatsApp y TikTok son los jóvenes comprendidos entre los 16 a 20 años.

Gráfico 52. Acceso a redes sociales

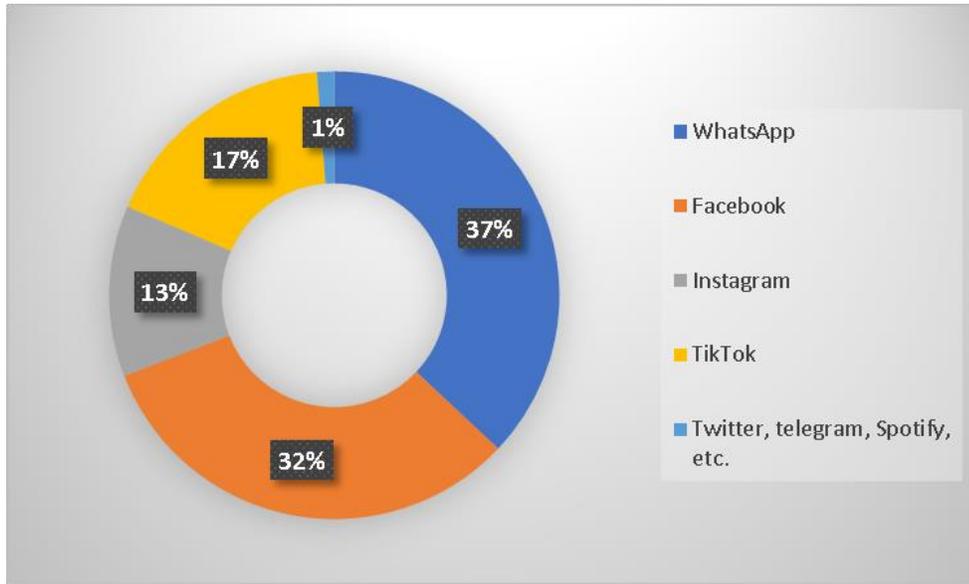
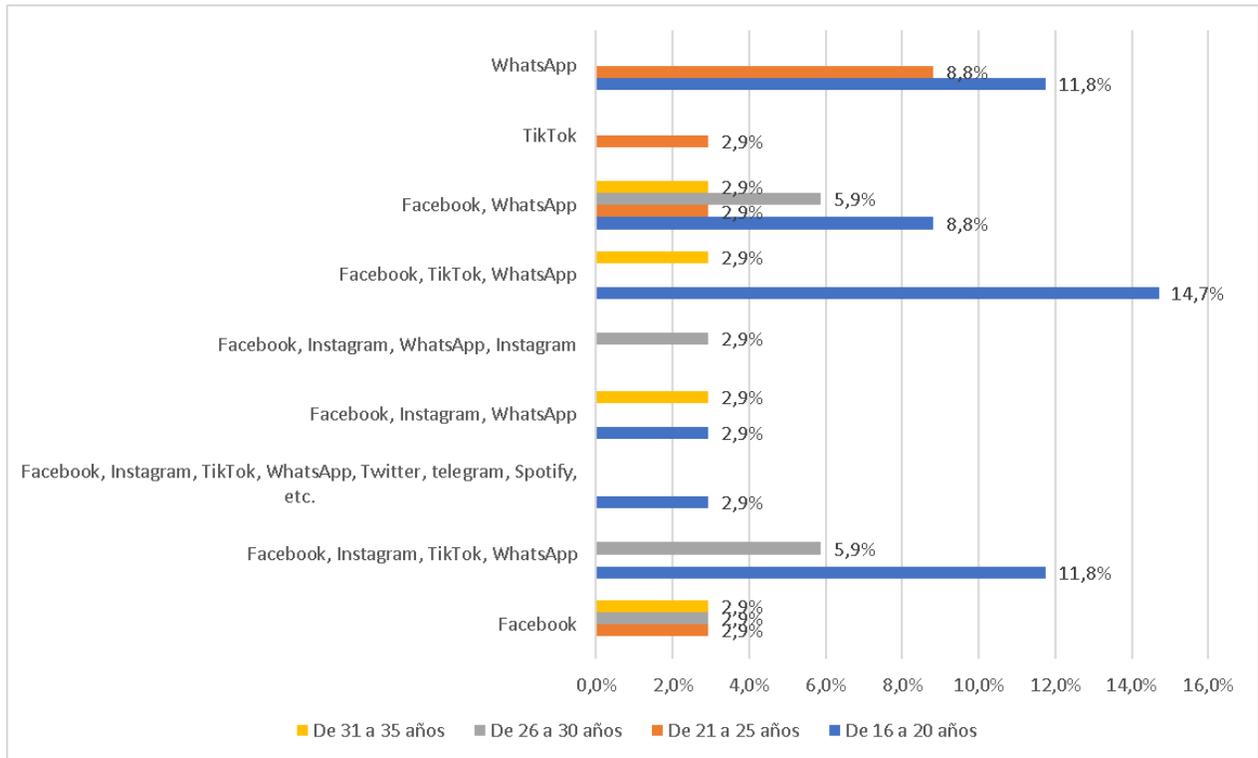


Gráfico 53. Uso de redes sociales

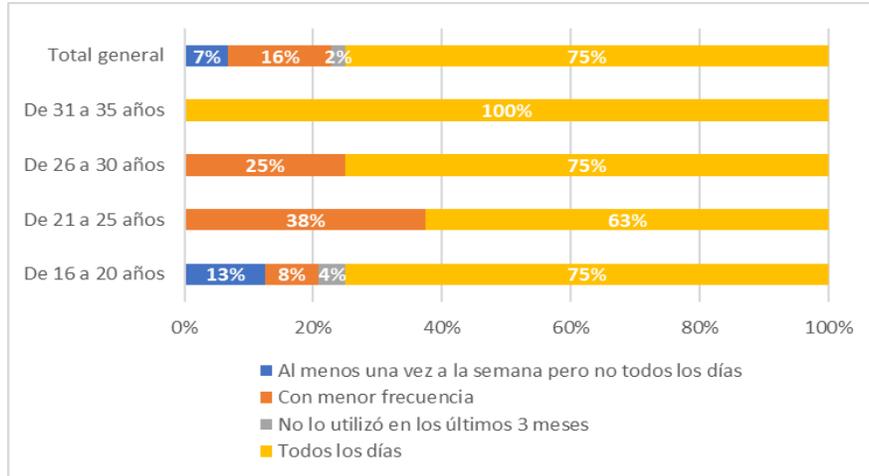


En cuanto a la frecuencia del uso de Facebook

Villamontes

El 75% de los jóvenes en promedio ha mencionado que utiliza Facebook todos los días; en el siguiente gráfico se muestra que los jóvenes de 31 a 35 años utilizan 100% todos los días, mientras que los jóvenes de 21 a 25 años sólo un 63% y se concentra una parte en un uso con menor frecuencia, 38%.

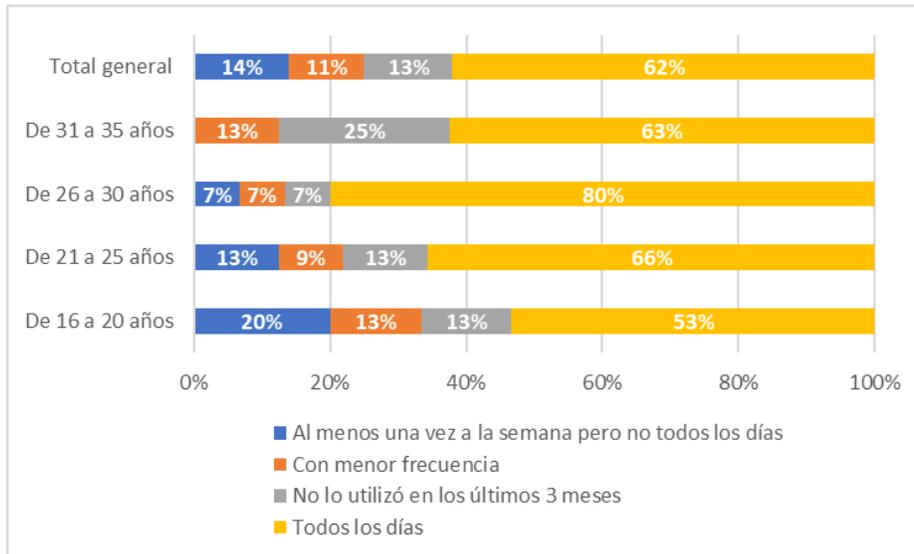
Gráfico 54. Frecuencia de uso de Facebook en Villamontes



Yacuiba

En promedio el 62% ha mencionado que utiliza Facebook todos los días; como se puede ver en el gráfico, los jóvenes de 26 a 30 años lo utilizan en un 80% todos los días, mientras que los jóvenes de 16 a 20 años sólo en un 53% y un 20% lo hace al menos una vez a la semana, pero no todos los días.

Gráfico 55. frecuencia de uso de Facebook en Yacuiba

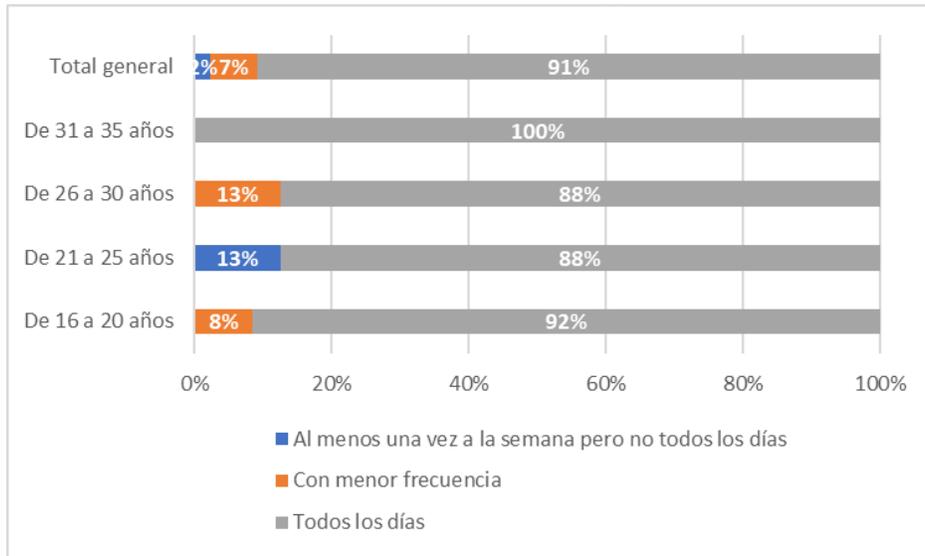


En cuanto a la frecuencia del uso del WhatsApp

Villamontes

En el gráfico se observa que el WhatsApp es utilizado todos los días en un porcentaje del 91% en los jóvenes encuestados. En Villamontes los jóvenes de 31 a 35 años indicaron que lo utilizan todos los días en un 100%.

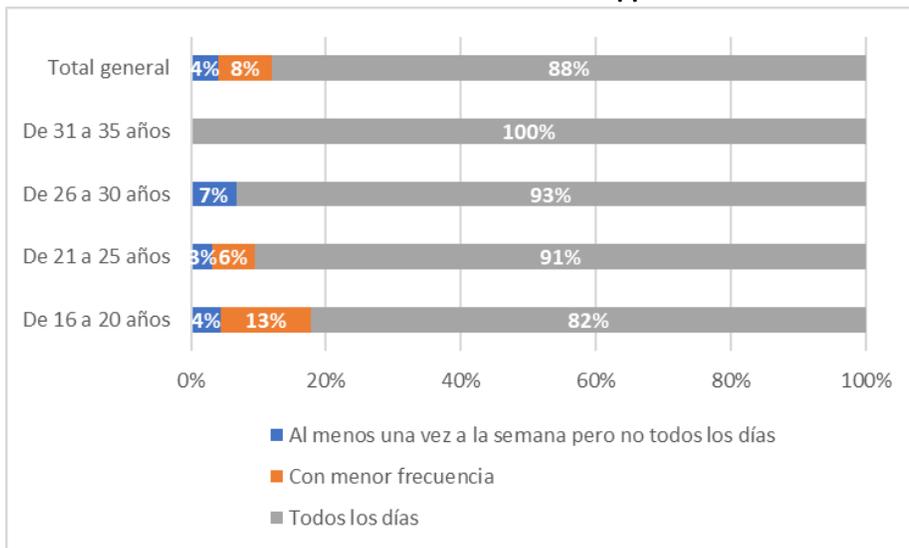
Gráfico 56. Frecuencia de uso de WhatsApp en Villamontes



Yacuiba

Al igual que Villamontes, en el gráfico se observa que en Yacuiba el WhatsApp es utilizado todos los días ampliamente en un porcentaje del 88% en los jóvenes encuestados. Y de la misma forma los jóvenes de 31 a 35 años indicaron que lo utilizan todos los días en un 100%

Gráfico 57. frecuencia de uso de WhatsApp en Yacuiba

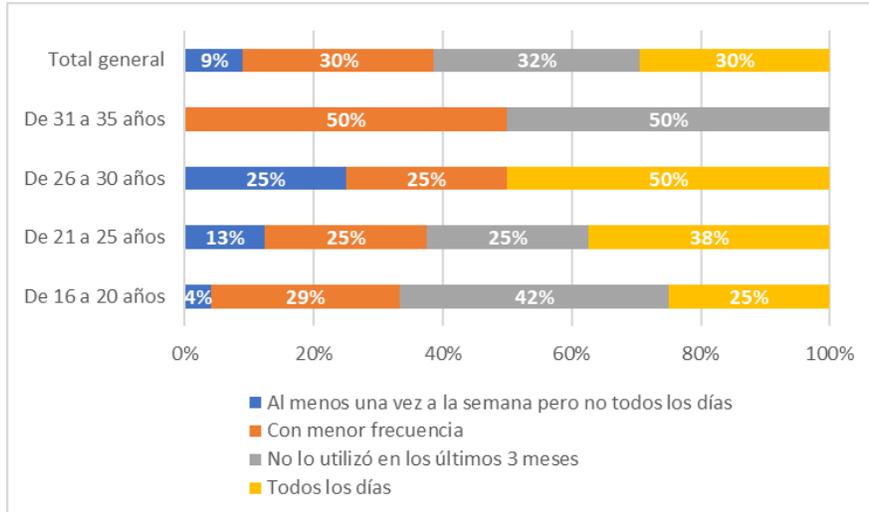


En cuanto a la frecuencia del uso del Instagram

Villamontes

En el gráfico se observa que las respuestas son más variadas y que existe un porcentaje promedio del 32% que no utilizó este medio en los últimos tres meses. En los jóvenes de 26 a 30 años tiene mayor porcentaje el uso diario para 50% los comprendidos en esta edad.

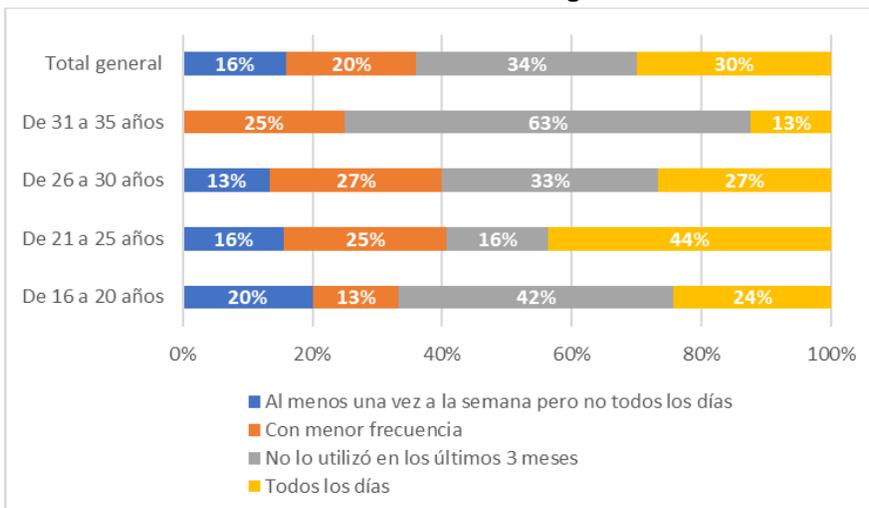
Gráfico 58. Frecuencia de uso de Instagram en Villamontes



Yacuiba

En general en Yacuiba pasa lo mismo que en Villamontes, los jóvenes no utilizan esta aplicación/app en un 34%. En los jóvenes de 21 a 25 años sus respuestas son más variadas, pero tiene mayor porcentaje el uso diario para 44% los comprendidos en esta edad.

Gráfico 59. Frecuencia de uso de Instagram en Yacuiba

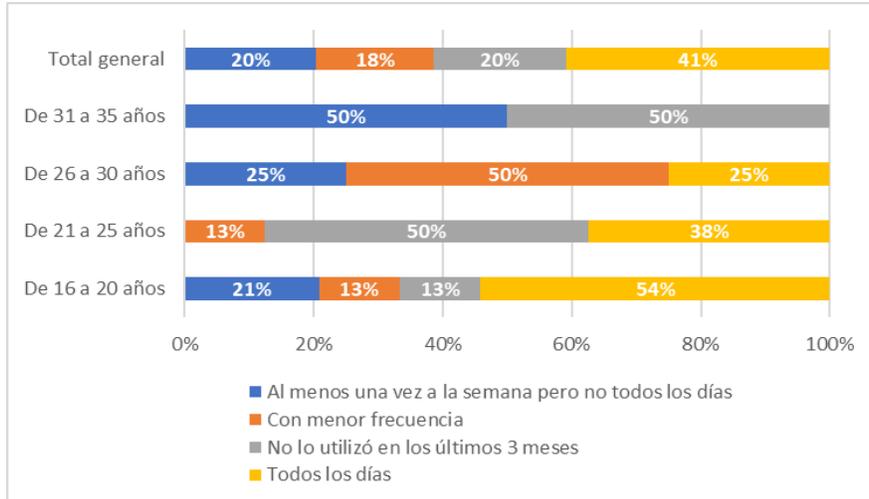


En cuanto a la frecuencia del uso del Tiktok

Villamontes

El uso del Tiktok se encuentra principalmente en el rango de 16 a 20 años, tal como se muestra en el siguiente gráfico. Si bien es una app muy extendida, es de destacar que en general un 20% no lo ha utilizado en los últimos 3 meses, la mayor parte se encuentra en los jóvenes de 31 a 35 años.

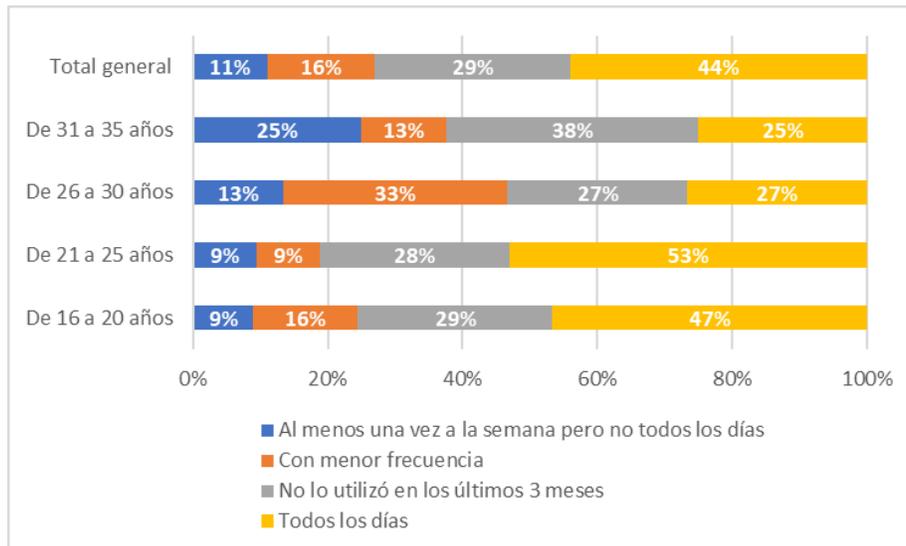
Gráfico 60. Frecuencia de uso de Tiktok en Villamontes



Yacuiba

Como se muestra en el siguiente gráfico, en Yacuiba el Tiktok es utilizado principalmente en los rangos de menor edad. En general, un poco más acentuado a lo ocurrido en Villamontes un 29% no lo ha utilizado en los últimos 3 meses, la mayor parte se encuentra en los jóvenes de 31 a 35 años.

Gráfico 61. Frecuencia de uso de Tiktok en Yacuiba

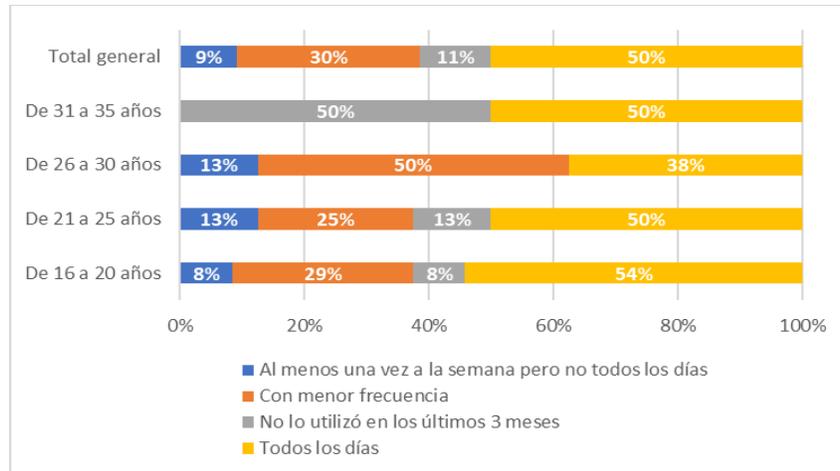


En cuanto a la frecuencia del uso del YouTube

Villamontes

El YouTube es utilizado todos los días por los jóvenes encuestados con una frecuencia promedio del 50%; nuevamente son los más jóvenes los que con mayor frecuencia lo utilizan todos los días. Por su parte los jóvenes de 31 a 35 o bien lo utilizan todos los días o bien no lo hacen.

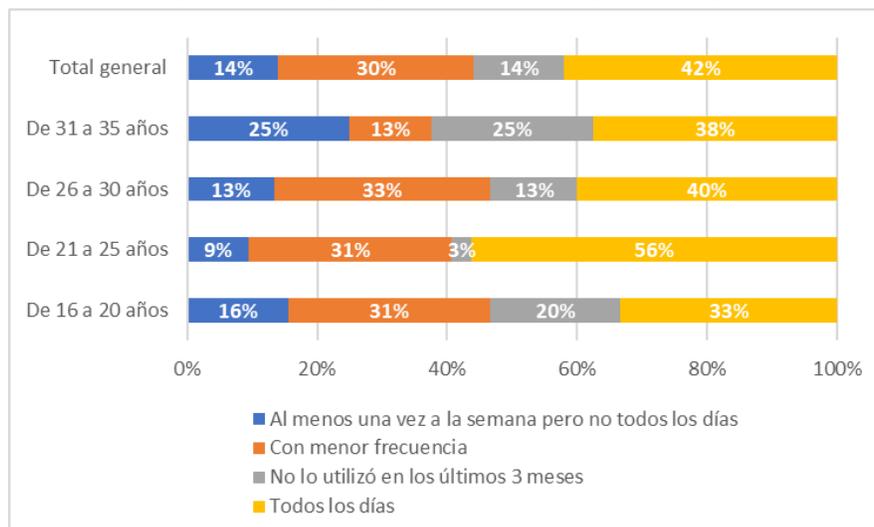
Gráfico 62. Frecuencia de uso de YouTube en Villamontes



Yacuiba

En promedio el 42% de los jóvenes hace un uso diario de YouTube, la mayor parte corresponde a los jóvenes de 21 a 25 años (56%). Los jóvenes que utilizan al menos una vez a la semana, pero no todos los días que tienen una edad de 31 a 35 años representan un 25%

Gráfico 63. Frecuencia de uso de YouTube en Yacuiba

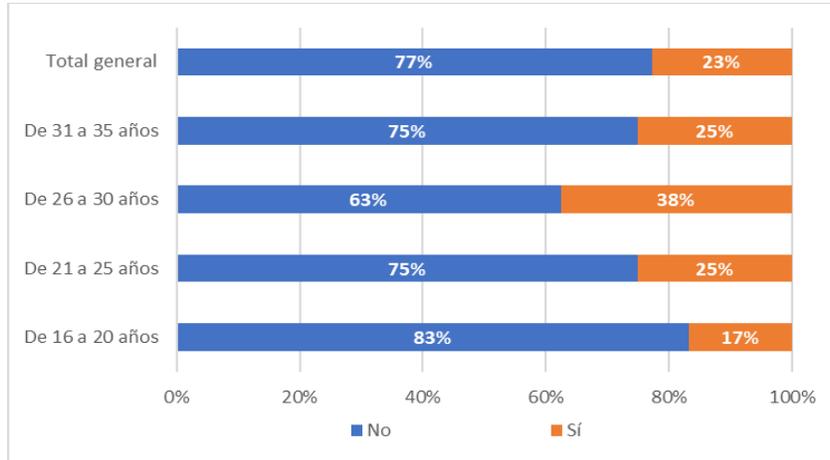


Ante la pregunta: ¿Accedió a algún negocio digital a través de Internet? (Ej.: compró o vendió productos por Marketplace de Facebook, pagó servicios por Internet, etc.)

Villamontes

En el gráfico se observa que la mayoría de los jóvenes no accedió a algún negocio digital; en este caso los más jóvenes no acceden con un porcentaje de 83%, ubicándolos en mayor proporción de los que tienen un rango de 26 a 30 años (63%).

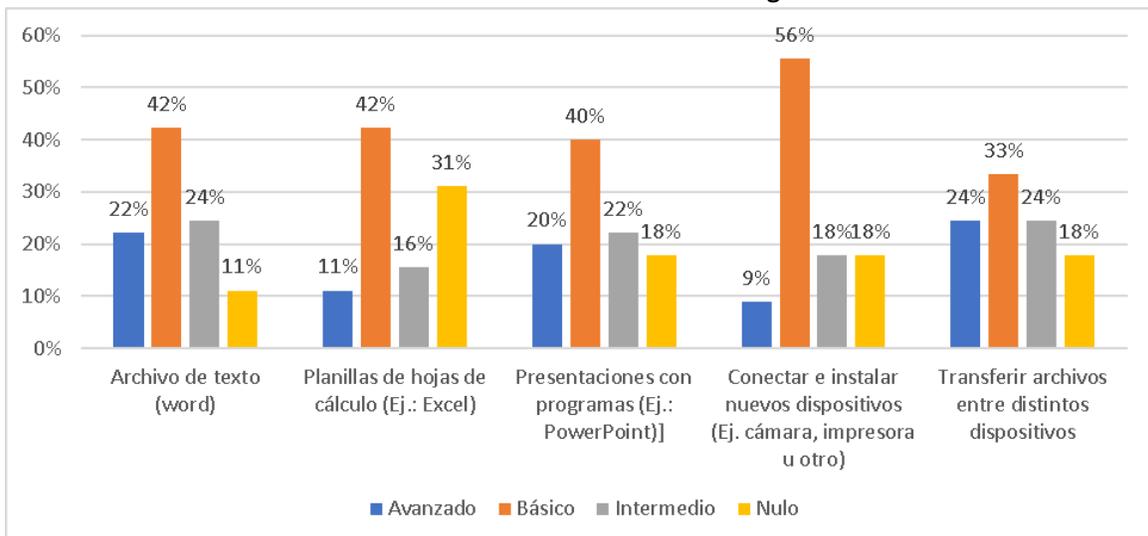
Gráfico 64. Acceso a negocios digitales en Villamontes



De los que sí accedieron a algún negocio digital, las respuestas estuvieron desde comprar y pagar en línea hasta en un mínimo porcentaje que vendió bienes y/o servicios (Ej.: a través de sitios webs, apps o redes sociales).

En cuanto al nivel de conocimiento que tienen los jóvenes sobre el manejo del Word, Excel, Power Point, instalación de nuevos dispositivos y transferencia de archivos entre distintos dispositivos, el siguiente gráfico muestra que el nivel promedio en todas estas herramientas es el básico.

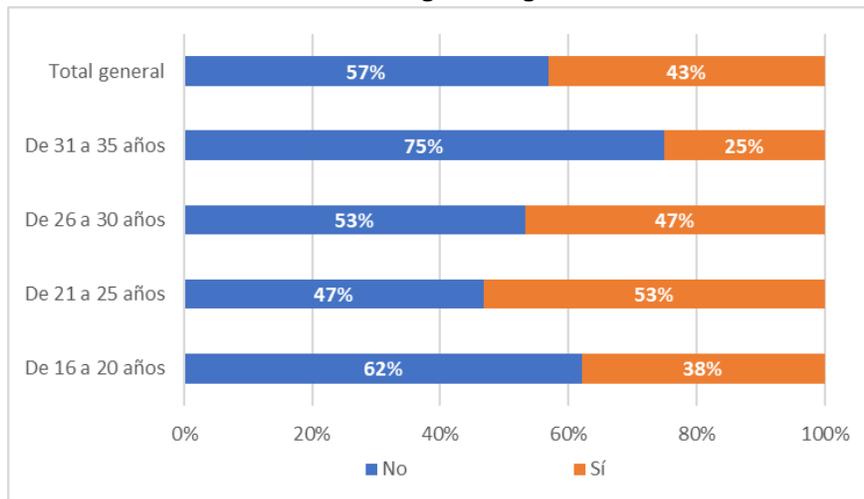
Gráfico 65. Nivel de conocimiento sobre habilidades digitales en Villamontes



Yacuiba

En Yacuiba los jóvenes no accedieron a algún negocio digital en 57%; en este caso los jóvenes de 31 a 35 años no accedieron con un porcentaje de 75%, ubicándolos en mayor proporción de los que tienen un rango de 21 a 25 años (53%).

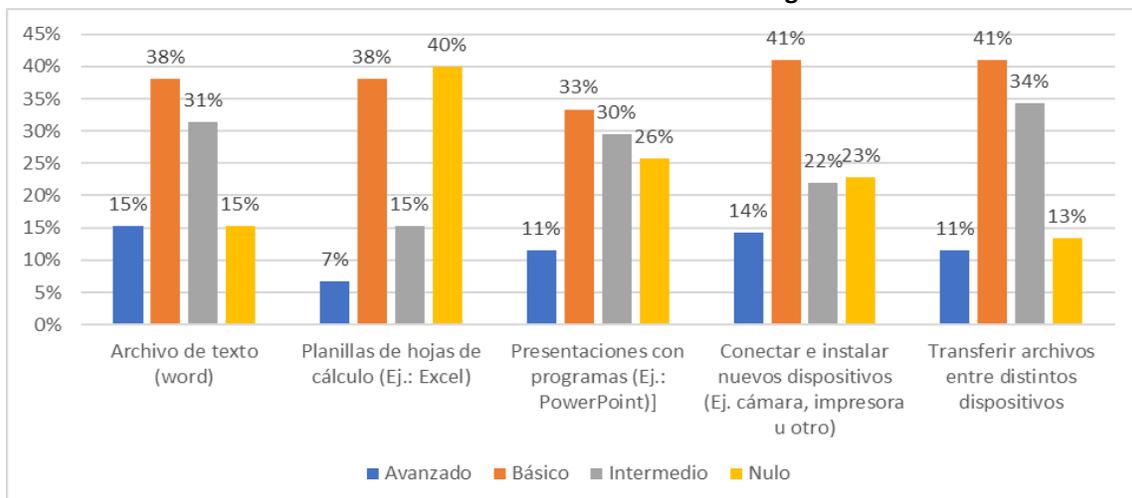
Gráfico 66. Acceso a negocios digitales en Yacuiba



De acuerdo a la información proporcionada, más del 50% de quienes sí accedieron a un negocio digital a través de internet realizó una compra y pagaron en línea; así también, en menor proporción consultaron estados de cuenta y realizaron transacciones bancarias, como giros y pago de servicios.

El siguiente gráfico muestra que el nivel de conocimiento que tienen los jóvenes sobre el manejo del Word, Excel, Power Point, instalación de nuevos dispositivos y transferencia de archivos entre distintos dispositivos es esencialmente básico y nulo en mayor proporción cuando se trata de planillas de hojas de cálculo, como por ejemplo Excel.

Gráfico 67. Nivel de conocimiento sobre habilidades digitales en Yacuiba



Hombres y mujeres requieren de correos electrónicos para la formación educativa y el trabajo principalmente, por esta razón este criterio es importante de analizar.

En el municipio de Villamontes el 20% del grupo femenino tiene un manejo básico de plataformas y redes sociales, el 15% un manejo intermedio, el 11% un manejo avanzado y menos del 10% no saben cómo utilizarlos adecuadamente. Por otro lado, el 20% del segmento masculino en el municipio de Villamontes tienen un conocimiento básico, el 18% un conocimiento avanzado y menos del 5% un conocimiento intermedio.

En el municipio de Yacuiba, se observa que el 18% de la población masculina tiene un conocimiento intermedio, el 15% tienen un conocimiento básico y avanzado y solo el 2% un conocimiento nulo. El 17% de la población femenina tiene conocimientos básicos, el 15% tiene conocimientos intermedios, el 11% tiene conocimientos avanzados y el 6% tiene conocimientos nulos sobre el uso de plataformas y redes sociales.

Capítulo II La Paz: El Alto

7 Contexto departamental de la actividad turística, gastronomía y hotelería

7.1. Turismo en el municipio de El Alto

La Paz junto con Santa Cruz son los principales polos del turismo receptivo nacional e internacional en el país, el aeropuerto internacional de El Alto es el punto fronterizo más importante para la llegada de turismo internacional del departamento y si bien la mayor cantidad de flujo turístico se traslada hasta la ciudad de La Paz para hospedarse y a partir de allí iniciar otros traslados hasta centros cercanos como Tiahuanaco, Copacabana y los Yungas, algunos pasajeros permanecen en la ciudad de El Alto principalmente cuando deben esperar conexiones o por negocios.

El departamento de La Paz cuenta con centros turísticos que atraen miles de visitantes al año: Copacabana, Tiahuanaco, la ruta de la muerte que incluye Los Yungas. Es el centro desde el cual el turista puede desplazarse por vía aérea o terrestre hacia Uyuni, Rurrenabaque, Santa Cruz y otros puntos, cuenta con infraestructura turística apta para la recepción de visitantes de todos los segmentos de gasto. Además, cuenta con infraestructura de entretenimiento, salud y banca que cubre todas las necesidades del turista.

La interacción entre la ciudad de La Paz y El Alto se ha incrementado en los últimos años, en especial por el surgimiento de atractivos como la lucha libre conocida como “Cholitas Wrestling”, o el city tours que incluye los “cholets” que se han ido construyendo en esa urbe e incluso el Hotel Habana, un cholet que brinda servicio de hospedaje y eventos en esa ciudad.

La dinámica de las actividades turísticas de la ciudad de La Paz puede favorecer a la ciudad de El Alto, lamentablemente ésta última es una ciudad con problemas de ordenamiento del transporte público, comercio informal y convulsiones sociales frecuentes, lo que provoca inseguridad al momento de la prestación de servicios turísticos y cierta resistencia a la inclusión de éstas actividades en circuitos integrados, en especial en operadores de turismo de gasto medio alto y gasto alto.

Tabla 16. Llegada de visitantes a establecimientos de hospedaje al departamento de La Paz, por tipo de viajero, por año 2012-2022 (en miles)

CIUDAD Y TIPO DE VIAJERO	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021(p)	2022(p)
TOTAL NACIONAL	1930	2079	2146	2152	2165	2201	2160	2102	631	854	468
Nacionales	1366	1507	1559	1570	1581	1597	1553	1535	499	764	403
Extranjeros	564	572	588	582	584	604	608	566	132	90	65
TOTAL DEPARTAMENTAL	624	622	628	635	644	646	652	651	189	244	141
Nacionales	374	373	378	380	382	382	387	390	122	215	124
Extranjeros	249	249	250	255	263	263	265	260	66	29	17
La Paz	525	525	530	536	543	544	549	547	156	218	130
Nacionales	283	283	287	289	290	290	293	296	92	193	115
Extranjeros	242	242	243	247	254	254	255	251	64	26	15
El Alto	99	97	98	99	101	101	103	104	33	25	11
Nacionales	91	90	91	91	92	92	93	94	30	22	8
Extranjeros	7	7	7	8	9	9	9	9	3	3	2

Como se observa, la ciudad de La Paz recibe el 95% -en promedio de los 10 años- del flujo turístico internacional que llega al departamento y el 79% en promedio de turistas nacionales, pese a que tiene potencial para recibir mayor cantidad de turistas.

7.1.1. Potencial turístico de El Alto

La ciudad de El Alto es el eje distribuidor de las rutas hacia el interior del departamento, al resto del país y por la ubicación del aeropuerto también a diferentes países, para el turismo en la ciudad de La Paz. Esta ubicación estratégica podría aprovecharse para generar flujos turísticos mayores a los que recibe en la actualidad que es sólo del 5% a nivel departamental para turistas extranjeros y 21% para turistas nacionales.

Tabla 17. Llegada de visitantes internacionales al aeropuerto internacional de El Alto por tipo de visitante por año 2012 - 2022

PERIODO	EL ALTO (LA PAZ)		
	NACIONAL	EXTRANJERO	TOTAL
2012	67.336	91.344	158.680
2013	67.999	96.552	164.551
2014	45.785	124.707	170.492
2015	75.508	122.036	197.544
2016	77.202	125.153	202.355
2017	82.904	135.175	218.079
2018	77.993	127.091	205.084
2019	72.793	110.270	183.063
2020	24.453	29.695	54.148
2021 ^(p)	15.257	13.218	28.475
2022 ^(p)	13.231	17.217	30.448

FUENTE: INE, 2022

(p): Preliminar

Además de los ingresos por el aeropuerto, los puntos fronterizos del departamento de La Paz que envían flujos hacia la ciudad de El Alto y pasan por este punto para concluir su tránsito en la ciudad de La Paz. A continuación, se muestran los ingresos de visitantes por estos puntos fronterizos:

Tabla 18. Ingreso de visitantes por puntos fronterizos

PUNTO FRONTERIZO	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021(p)	2022 (p)
CHARAÑA⁽¹⁾	1.750	1.869	2.474	2.088	1.812	1.162	1.790	1.300	398	4	1
Nacional	960	1.141	1.594	1.349	1.107	583	1.153	923	313	4	0
Extranjero	790	728	880	739	705	579	637	377	85		1
DESAGUADERO⁽²⁾	370.992	340.979	349.598	347.318	304.223	306.965	374.557	400.166	123.032	37.997	40.661
Nacional	59.224	70.756	65.934	76.607	54.936	56.289	91.748	106.592	51.364	33.927	20.475
Extranjero	311.768	270.223	283.664	270.711	249.287	250.676	282.809	293.574	71.668	4.070	20.186

KASANI / COPACABANA⁽³⁾	137.351	107.494	108.918	98.147	118.189	114.752	113.473	99.898	20.718	16	5.669
Nacional	3.373	2.416	2.180	1.792	9.779	3.144	4.096	3.724	1.678		377
Extranjero	133.978	105.078	106.738	96.355	108.410	111.608	109.377	96.174	19.040	16	5.292
PUERTO ACOSTA⁽⁴⁾		2.418	3.513	4.081	2.416	2.147	2.025	1.896	473		156
Nacional		647	1.277	1.857	910	854	867	793	252		102
Extranjero		1.771	2.236	2.224	1.506	1.293	1.158	1.103	221		54
TAMBO QUEMADO⁽⁵⁾	227.552	242.685	220.829	227.585	276.192	247.151	240.417	231.843	110.925	84.246	30.979
Nacional	182.984	209.520	179.491	194.467	234.694	213.195	210.322	204.720	101.921	84.047	30.172
Extranjero	44.568	33.165	41.338	33.118	41.498	33.956	30.095	27.123	9.004	199	807
PUENTE CARANGAS⁽⁶⁾								20.180	30.547	40.364	17.372
Nacional								18.729	27.949	35.900	15.115
Extranjero								1.451	2.598	4.464	2.257

FUENTE: INE, 2022

(p) Preliminar

(1) Charaña: Frontera con Chile y Perú que se encuentra al sur-oeste de La Paz en el municipio de Charaña

(2) Desaguadero: Frontera con Perú que se encuentra al oeste de La Paz en el municipio de Desaguadero

(3) Kasani / Copacabana: Frontera con Perú que se encuentra en el lago Titicaca de La Paz en el municipio de Copacabana

(4) Puerto Acosta: Frontera con Perú que se encuentra al oeste de La Paz en el municipio de Puerto Acosta

(5) Tambo Quemado: Frontera con Chile que se encuentra al oeste de Oruro en el municipio de Turco

(6) Puente Carangas: Frontera con Perú que se encuentra al oeste de La Paz

Nota: Casilla vacía, sin dato de la fuente de información

Nota: Las personas registradas en los puestos intermedios de migración, están apropiados en los puestos fronterizos más cercanos del departamento

La Unidad de turismo de El Alto, dependiente de la Dirección de Cultura y Turismo de la Secretaría Municipal de Deportes, Cultura y Turismo a cargo del Sr. Carlos Flores, cuenta con una página de Facebook en la que difunde atractivos y actividades de la ciudad de El Alto. A continuación, se resume la información contenida en esta página.

Tabla 19. Atractivos turísticos del municipio de El Alto

DISTRITO	ATRACTIVO / RUTA / EVENTO
1	Saraqaña – Rapel urbano desde la Torre del Mirador Faro Murillo Ruta monumentos y museos: incluye Museo Antonio Paredes Candia, Mirador Tejada Alpcoma, Mirador Jamp'athu Wak'a, Mirador Atipiris Ruta Arquitectura Alteña: Cholets Transformers, Avenida Bolivia, Jach'a uta, Cholet la Havana
4	Ruta Machaq Thakhi de cicloturismo
10	Valle ecoturístico de Kaque Marka: chullpares, trekking y down hill. Ruta Altupatamarca: cicloturismo incluye Museo Antonio Paredes Candia, mirador Virgen Blanca, mirador Aipiris y comunidad Amachuma con su mirador de Vizcachas
13	Ruta Qhutaña – Lagunas de colores. Incluye la apacheta Jilarata, laguna Esmeralda, laguna Muruqu Qhuta, Ex estuquera, laguna Verde, Represa Milluni, Chusa Mark'a, laguna Roja y cementerio histórico de Milluni, mina Milluni

	<p>Escalada en hielo, incluye apacheta Jilarata, Represa Milluni, Cementerio Milluni, Glaciar Viejo y Escalada en hielo.</p> <p>Ruta Huayna Potosí: Nevado Huayna Potosí, mirador Jilarata, Laguna de colores, cementerio de Alto Milluni.</p> <p>Circuito esotérico: Milluni, Panticunca, Jampatu k'ala, represa Tuni Condoriri</p>
--	--

Además de los atractivos y para lograr la reactivación económica, se han organizado varios eventos, entre ellos la Feria de la llajua y la feria de la quinua y las fiestas folklóricas principalmente la fiesta del 16 de julio y la de Viacha, que no se realizaban desde que inició la pandemia, que reúnen a gente de muchos lugares del país.

Existen también otros eventos realizados en salones de fiestas en El Alto, los electoprestes, organizados por Familia Roca, de acuerdo al Sr. Flores. Estos eventos iniciaron antes de la pandemia, estaban destinados a jóvenes de la ciudad de La Paz, quienes llegaban incluso en limusinas desde el sur de la ciudad y se quedaban a fiestas electrónicas con DJ's y/o conjuntos musicales de renombre.

La oferta turística de El Alto, según el Sr. Carlos Flores de la Unidad de Turismo de la Alcaldía, se ha estado realizando sin el control necesario de parte de las autoridades, son operadoras las que llevan visitantes a veces sin el permiso del gobierno local. Esto se comprueba con la revisión de la página del Gobierno Autónomo Departamental, en la que se encuentran registradas solo 4 tour operadoras en la ciudad de El Alto, sólo una aprovecha los atractivos de El Alto.

La oferta de las operadoras registradas en El Alto, incluyen paquetes a otros lugares de Bolivia, principalmente Uyuni o el Lago, Sorata y Tiahuanaco en el departamento, pero sólo una de ellas incluye algunos atractivos del municipio en su oferta. **El paquete a Chacaltaya incluye una pequeña visita al Mirador Jilarata y el paquete a Charquini, que incluye el mismo mirador, la represa de Milluni, el cementerio y los glaciares.** Las visitas a la urbe alteña están ligadas principalmente a paquetes de la ciudad de El Alto, tanto city tours como paquetes de escalada en hielo y ascensos al Huayna Potosí.

La inclusión de El Alto en paquetes turísticos que complementan la oferta de La Paz durante mucho tiempo estuvo enfocada en el acceso a Milluni, Chacaltaya y Huayna Potosí, con el tiempo se incluyó el espectáculo "Cholitas Wrestling" y más recientemente los teleféricos, permitieron mayor facilidad de acceder al mercado 16 de julio y la ruta de los cholets. Estas rutas son ofrecidas por operadoras medianas, como Red Caps, Confort Tours y otras.

Se entrevistó también a la Gerente de la Cámara Departamental de Hotelería, Lic. Helen Canqui sobre la hotelería en la ciudad de El Alto, al respecto ella menciona que los establecimientos hoteleros no tienen categoría turística por temas estructurales tanto de los establecimientos como de la ciudad, el principal factor es la seguridad tanto ciudadana como jurídica, lo que no le ha permitido a El Alto desarrollar su potencialidad.

Sobre los viajeros que recibe la ciudad de El Alto, la profesional señala que el 90% de los huéspedes en estos alojamientos no son turistas sino personas que tienen otro tipo de actividades. La ubicación del aeropuerto podría ser un factor muy bien aprovechado por la industria hotelera, pero lamentablemente no se lo hace, por lo que hay preocupación en el sector sobre el desarrollo y calidad de los servicios que se brindan en esta urbe.

Todo lo anterior indica que el municipio de El Alto se encuentra en la etapa de introducción del ciclo de vida del producto turístico y el crecimiento o desarrollo será posible con las acciones que ya el Director de la Unidad de turismo, Sr. Carlos Flores señaló respecto a la inventariación y jerarquización de atractivos que puedan complementarse en rutas para conocer la ciudad.

7.1.2. Percepción del turista

Por su cercanía a la ciudad de La Paz, El Alto casi forma parte de circuitos que inician y terminan en la hoyada, por tanto, los comentarios respecto a los atractivos de ésta ciudad no están claramente diferenciados a excepción del recorrido por los cholets y “Cholitas Wrestling”. Respecto a los servicios de gastronomía y hotelería se analizan los comentarios de los turistas tanto en Tripadvisor como en Booking y otras OTA's (On line Travel Agency).

En Tripadvisor, se cuenta con 322 comentarios, 262 correspondientes a sus atractivos 53 a los hoteles y 7 a restaurantes, cafeterías y otros. De acuerdo a la búsqueda inicial, se consignan 9 atractivos, sin embargo, no están directamente ligados a la ciudad, sino más bien a paquetes que se inician desde La Paz. En cuanto a los hoteles, se tiene una lista de 19 empresas, pero la mayoría no cuenta con comentarios respecto a su servicio, abajo se listan sólo las que tienen comentarios. Entre los restaurantes se listan principalmente los de La Paz y son muy pocos los de El Alto.

Tabla 20. Puntuación obtenida por atractivos y empresas de servicio turístico en Tripadvisor

EMPRESA / ATRACTIVO	N° COMENT	NACIONALIDAD /IDIOMA	CLASIFICACIÓN DE COMENTARIOS	
Monumento a Ernesto Che Guevara	23	Bolivia, Argentina Ecuador y Perú – español EEUU y - Reino Unido inglés Suiza e Italia – italiano Brasil – portugués Japón – japonés	Excelente Muy bueno Promedio Pobre Terrible	8 7 4 1 3
Mercado de El Alto (16 de julio)	58	Alemania – alemán Brasil – portugués Japón – japonés Taiwan – chino Italia – italiano Francia y Canadá – francés Australia, EEUU e India – inglés. Holanda – Neerlandés Argentina, España, Bolivia, Chile y México - español	Excelente Muy bueno Promedio Pobre Terrible	9 18 20 4 7
Cholitas Wrestling	166	Alemania – alemán Brasil – portugués Japón – japonés Italia – italiano Francia y Canadá – francés Letonia, Australia, EEUU, Tanzania, Irlanda, Nueva Zelanda, Canadá, Singapur, Suiza, Noruega, Vietnam, Israel, Croacia – inglés. Holanda – Neerlandés Argentina, España, Bolivia, Perú, Colombia, Panamá y México - español	Excelente Muy bueno Promedio Pobre Terrible	44 39 40 14 29

Tour de cholets	13	Italia – italiano Francia y Canadá – francés Holanda – Neerlandés EEUU, Canadá – inglés Bolivia - español	Excelente Muy bueno	11 2
Waka Jampathu	2	Argentina – español Inglés	Excelente Promedio	1 1
Hotel Espectacular	7	Alemania – alemán Australia, Emiratos Árabes – inglés Bolivia - español	Excelente Muy bueno Promedio Terrible	2 1 2 2
Onkel Inn Airport Sleepbox	11	EEUU, Reino Unido, Francia – inglés Español Japón – japonés Brasil - portugués	Muy bueno Promedio Terrible	3 3 5
Hostal Gran Copacabana	2	Inglés Francés	Muy bueno Terrible	1 1
Alexander Palace Hotel	11	Australia, Japón, Canadá - inglés Francés Chile - español italiano	Promedio Terrible	1 10
Cholet B&B Havana	4	China – inglés Perú - español	Excelente Muy bueno Terrible	1 1 2
The Roy's Apartment B&T	4	Reino Unido y Aruba – inglés Alemania – alemán Perú - español	Excelente Muy bueno Terrible	5 3 1
Hotel Ensueños	3	Reino Unido – ingles México -español	Terrible	3
Orquídea Hotel	11	Inglés Bolivia, Colombia, España, Reino Unido - español	Excelente Muy bueno Promedio Terrible	1 2 5 3
Black Swan Restaurant	3	Argentina, Bolivia y Ecuador - español	Excelente Muy bueno	1 2
El Carmen	1	Inglés	Excelente	1
Antaño Café Restaurant	1	Bolivia, español	Excelente	1
Apthapi Restaurant	2	Inglés Español	Excelente Muy bueno	1 1
TOTAL COMENTARIOS	322		Excelente Muy bueno Promedio Pobre Terrible	86 76 75 19 66

De acuerdo a las calificaciones de los servicios de hoteles y restaurantes, el componente negativo es bastante alto, por lo que es importante revisar principalmente estos comentarios. Lo que se refleja de esa revisión es

que El Alto es considerado como un lugar de paso en el que los turistas buscan un hotel lo más cerca posible al aeropuerto para no tener problemas con su conexión. Es por esta misma razón que aconsejan pagar un poco más y bajar hasta La Paz para obtener mejores servicios y que el tiempo ahorrado por la ubicación del hospedaje no vale la pena.

Los comentarios señalan graves falencias en la formación de los prestadores de servicio, como se ve en la siguiente tabla.

Tabla 21. Puntuación, comentarios relevantes y necesidades de formación de hoteles registrados en Tripadvisor.

EMPRESA	LIMPIEZA	SERVICIOS	COMENTARIOS RELEVANTES	NECESIDADES DE FORMACIÓN
Hotel Espectacular		2,0	“...la recepcionista no habla inglés, el desayuno no es pobre, agua caliente y pan. No recomendable.” “Buena idea si solo te quedas en el aeropuerto entre vuelos. Está bien para eso.”	Idioma inglés. Gastronomía: calidad del desayuno.
Onkel Inn Airport Sleepbox	3,0	2,8	“Una pésima bienvenida por parte de un personal de recepción masculino antipático” “los precios cambian. Son diferentes en línea, en la pizarra fuera del lugar y luego nuevamente cuando hablas con la persona que trabaja allí.” “Vamos a pagarle al tipo y nos dice "solo en efectivo" (está parado AL LADO de una máquina de tarjetas de crédito y tiene un cartel de PayPal sobre su cabeza...”	Atención al cliente: empieza desde la bienvenida hasta la finalización de servicios, facilitar la estadía al turista.
Hostal Gran Copacabana		1,0	“Después de revisar el lugar de manera neutral, es decir, sin una revisión escrita, solo la calificación estándar en el formulario de la encuesta, me enviaron insultos por correo electrónico”	Relaciones públicas y marketing: una respuesta oportuna, educada y correcta a cualquier retroalimentación. Mejora continua: Aprender de los errores
Alexander Palace Hotel	1,5	1,2	“El personal es agradable pero no habla inglés” “Cuando pedí un taxi desde el hotel, dos de los hombres de la recepción me pidieron compartir el taxi y la recepción los apoyó” (Huésped femenina) “En la habitación: sucia, maloliente, ruidosa y en un horrible estado de deterioro. El baño era un espectáculo para la vista y, como la puerta de la ducha estaba completamente rota, el baño se inunda. La cama todavía estaba sucia por quien se había quedado en la habitación anteriormente y todavía olía a cigarrillos.” “Una mirada al estado del lugar fue suficiente para que ocurriera la respuesta	Idioma: inglés. Imprescindible en turismo. Seguridad: El prestador del servicio debe inspirar confianza y brindar seguridad. Gestión hotelera: Limpieza y mantenimiento de las habitaciones. Gastronomía: Desayunos frescos y que inviten al turista a quedarse.

			<p>previa al vómito, y mucho menos para comer el desayuno preenvasado que se exhibe en el mostrador.”</p> <p>“Solo hay una señora que te sirve el desayuno y ni siquiera tiene cocina”</p> <p>“la gerencia de este establecimiento no parece preocuparse por el bienestar de los clientes de su hotel.”</p>	
Cholet B&B Havana	5,0	5,0	<p>“El personal no habla inglés, espere 5 horas por el check in, me hicieron dejar mi equipaje en la tienda de al lado”</p> <p>“La gente llega durante toda la noche y no ayuda pedirle al personal para que colabore a bajar el ruido.”</p>	<p>Idioma: inglés.</p> <p>Atención al cliente</p> <p>Recepción: agilización del trámite del check inn.</p>
The Roy's Apartament B&T	4,5	4,2	<p>“parece que tienen un sólo empleado para todo”</p> <p>“cuando expresé mi opinión sobre lo que allí me paso COMENZARON A ACOSARME CON MENSAJES AMENAZANTES, COMO SEGURO LO HARAN AHORA”</p>	<p>Atención al cliente: Pese al personal reducido, brindar la mejor atención.</p> <p>Relaciones públicas: asegurarse de responder educadamente todos los comentarios.</p>
Hotel Ensueños		1,0	<p>“Las cosas empezaron mal con el check in: el recepcionista no entendía que 4 personas con maletas, llegando a un hotel, querían hacer el check in. Entonces no pudo encontrar nuestra reserva. Luego no sabía en qué habitaciones debíamos estar. Finalmente, unos 30 minutos más tarde, cuando finalmente logramos registrarnos, nos entregaron un control remoto y un rollo de papel higiénico”</p> <p>“La persona de la mañana dijo que no podía aceptar los 10 billetes de \$1 que pagamos la noche anterior,”</p> <p>“Personal que no tiene noción alguna de atención al huésped, me exigió que le dejara mi pasaporte en garantía de mi estancia.”</p>	<p>Recepción: proceso de check inn eficiente.</p> <p>Atención al cliente.</p> <p>Legislación y normativa: En ningún caso debe retener el pasaporte al cliente.</p>
Orquídea Hotel	3,0	2,6	<p>“El personal no tiene idea del servicio al cliente.”</p> <p>“la gerente (que es una mujer joven que claramente no tiene idea del buen servicio al cliente) fue muy grosera.”</p> <p>“Iván y la gerente simplemente necesitan una clase de servicio al cliente”</p> <p>“la papelería del baño no la habían desocupado”</p> <p>“Lástima que el personal con el que nos encontramos demostró poca profesionalidad”</p> <p>“El peor hotel de Latinoamérica”</p>	<p>Atención al cliente.</p> <p>Gestión hotelera: limpieza y supervisión.</p>

Por otra parte, también se consultó la página web www.Booking.com en la que se encontraron 161 empresas hoteleras de El Alto, pero al igual que en Tripadvisor también se mezclan aquí hoteles de la ciudad de La Paz. Al igual que en Tripadvisor se buscarán empresas hoteleras que efectivamente se encuentren en El Alto y que cuenten con comentarios que sirvan para seguir detectando necesidades de formación

Tabla 22. Puntuación, comentarios relevantes y necesidades de formación de empresas hoteleras en Booking.

EMPRESA	TOTAL	PERSONAL	COMENTARIOS RELEVANTES	NECESIDADES DE FORMACIÓN
Onkel Inn Airport Sleepbox 34 comentarios	4,9	6,8	No tienen baños ni duchas Las habitaciones son muy pequeñas y no tienen ventilación. "La señora de la recepción también era malhumorada y no servicial en absoluto..."	Atención al cliente.
Hotel Alexander 232 comentarios	7,0	8,1	"no cobraron lo que correspondía al momento de mi salida y luego estuvieron contactándome insistentemente, cuando yo ya me encontraba fuera del hotel" "no informan al realizar la reserva que al realizar el Chek in se debe dejar una garantía en bs" "la atención del desayuno, mala" "El personal del comedor"	Se confirman las necesidades de formación en cuanto a Gestión hotelera, gastronomía y se añade la atención al cliente.
Hotel Paraíso	6,7	7,8	"En booking apareció un precio y ellos me cobraron 3 veces más el precio" "Nos trataron mal, no encontraban la reserva, nos cobraron un precio distinto y el staff no fue amable, horrible experiencia"	Gestión hotelera: Fijación y control de las tarifas.
Hotel Espectacular	7,3	8,3	"Desayuno pobre, te los sirven directamente sin preguntar por ejemplo cómo quieres el huevo"	SE confirma la necesidad de formación en gastronomía.
Gran Copacabana Hostal 89 comentarios	7,7	8,5	"Durante la noche no hay nochero o persona dentro del recinto, sino fuera, en casa adjunta. Si necesitas algo o quieres ayuda por alguna emergencia no tienes a nadie cerca. Debes tocar un timbre para que alguien venga" "Muy desagradable cuando no permitimos que nos estafase"	Atención al cliente

Como se observa en ambas tablas, las necesidades de formación que pueden detectarse a partir de estos comentarios son los mismos, principalmente atención al cliente y gestión hotelera. Destacan las quejas sobre cobros excesivos o cobros en efectivo debido a que suscitan la sospecha del turista. Otra cosa que destaca en la mayoría de los hoteles es la ubicación considerada como peligrosa en la mayor parte de los casos y si bien son buscados por su cercanía con el aeropuerto, la mayoría de los turistas tuvieron que tomar un taxi para llegar, en razón a la seguridad.

Aunque hay realmente muy malos comentarios, las calificaciones en ambas páginas son bastante aceptables y están por encima del promedio.

Esto confirma las afirmaciones de la Lic. Canqui en cuanto a la calidad del servicio turístico y la preocupación del sector respecto al servicio que brinda la hotelería en El Alto. Uno de los factores que caracteriza estos establecimientos es la administración familiar de los mismos que por cuestiones de economía y preferencia por los familiares como trabajadores, impiden que se contrate personal profesional para la gestión de los mismos.

Eso se suma a la ausencia de formación de personal en áreas operativas como mantenimiento y servicio no sólo a nivel departamental, sino también a nivel nacional e internacional. La Lic. Canqui también menciona que el 80% del personal de logística en hoteles de cinco estrellas de la ciudad de La Paz proviene precisamente de El Alto, lo que muestra que las oportunidades laborales en El Alto son reducidas o inexistentes, mientras que La Paz ofrece oportunidades de superación a estos jóvenes, incluso con la certificación de sus competencias, cosa que ya se hizo en este rubro.

La Gerente de la Cámara Departamental de Hotelería señala también que se ha tenido experiencias con la formación dual con jóvenes que permanecieron como practicantes en los hoteles, sin embargo, eso les ocasionó problemas con el Ministerio de Trabajo y las cargas laborales se les multiplicaron. Si bien los empresarios podrían beneficiarse con este tipo de prácticas, se debe encontrar mecanismos para prevenir los problemas señalados.

En cuanto a restaurantes, hay muy pocos registrados en Tripadvisor, y la mayoría de los comentarios se van por buenas calificaciones a la comida principalmente. Los comentarios son tan pocos que no vale la pena analizarlos.

Se realizó una búsqueda de los principales atractivos para detectar restaurantes cercanos y verificar las opiniones que allí se plasman. Cabe mencionar que los comentarios no son de turistas exclusivamente, son, principalmente de gente local que busca lugares donde comer con familia y amigos. La búsqueda en este mapa muestra cientos de lugares en toda la ciudad de El Alto, grandes y pequeños, por esto se plantea la búsqueda sólo en sitios turísticos.

Tabla 23. Comentarios y puntuaciones de restaurantes publicados en Google Maps.

EMPRESA	PUNTAJE	Nº RESEÑAS	COMENTARIOS RELEVANTES	NECESIDADES DE FORMACIÓN
Recreo familiar Sazón de Doña Teo	4.6	387	<p>“Malo, lleno y no hay control de los pedidos, al final se olvidaron del mío”</p> <p>“El pique macho para su precio, no está agradable, salí con sabor a poco.”</p> <p>“Mala atención y la comida cara aparte de fría”</p> <p>“La comida muy pobre para el precio.”</p>	<p>Atención al cliente: la atención debe ser oportuna y eficiente.</p> <p>Gastronomía: hay varios comentarios sobre la sazón de los platos o la temperatura al momento de servirla</p>

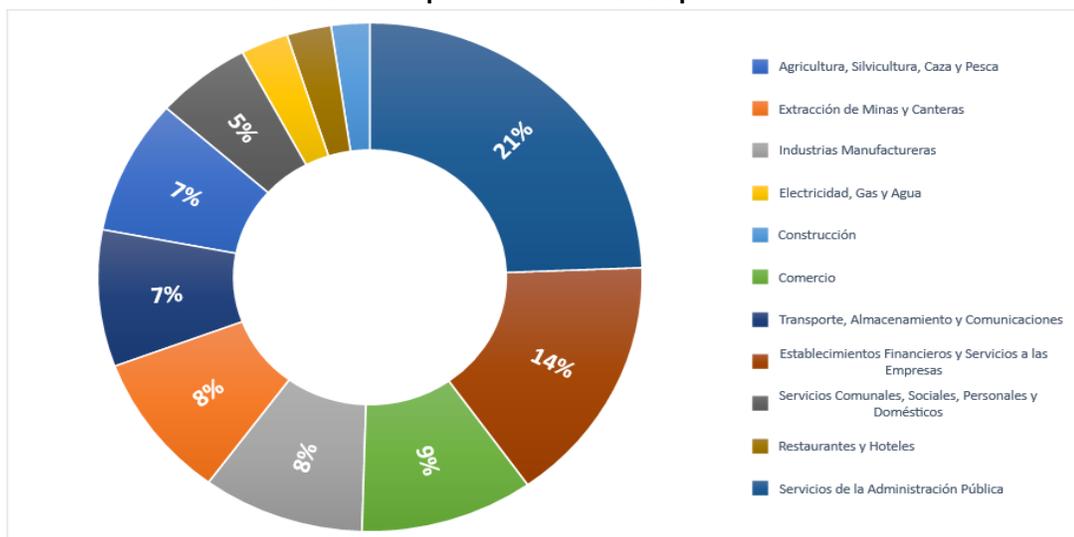
Recreo familiar la Sazón de la Doña Vicky	3,8	121	“El chairo una decepción no me gusto para nada” “La comida es guardada lo traen de su otro restaurant.” “Demasiado caro. La comida es recalentada”	Gastronomía: Inocuidad de alimentos.
Typica Café Satélite	4,7	21	“Mala organización en el trato al cliente (manejo de caja)”	Atención al cliente
El Carmen	3,6	436	“el lugar es muy sucio, poco personal.” “Pesimo, comida guardada y ratones en los ambientes” “Y la cajera pesimos modales” “Pesima atención con precios muy elevados y personal muy grosero” “Esperamos más de media hora para que nos digan que no hay ciertos platos”	Higiene e inocuidad alimentaria. Limpieza Atención al cliente.

8 Contexto de los jóvenes en área de intervención

8.1. Características generales

En general, en el departamento de La Paz la actividad económica principal es la producción de Servicios de la Administración Pública, mostrando así la característica de La Paz de ser la sede de gobierno. Esta actividad representa el 21% del PIB departamental y le sigue en importancia, con una participación del 14%, la actividad económica de Establecimientos Financieros y Servicios a las Empresas; muy por debajo se encuentra la actividad de Turismo y Hotelería con un 2% de participación. Para el 2021, el PIB per cápita de La Paz es de 3.727 dólares americanos con una población de 3.023.791 habitantes.

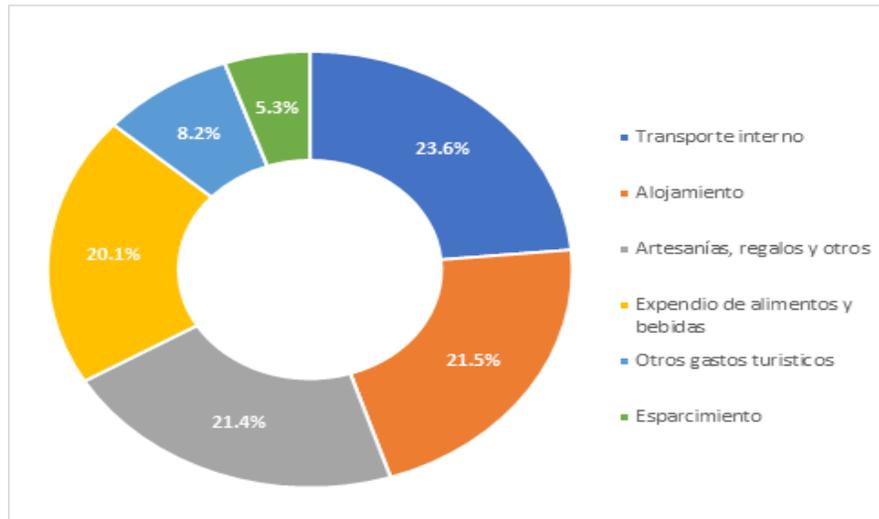
Gráfico 68. La Paz: Participación en el PIB 2021 por actividad económica



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

En particular, de acuerdo al Mapa de Complejidades Económico Productivo del Banco de Desarrollo Productivo actualizado al 2019 (MCEP-BDP, 2019), la actividad del turismo en El Alto tiene un Valor Bruto de Producción (VBP), con actividades productivas seleccionadas para el mismo, está alrededor de 1.524 MMBs., con mayor participación de Transporte, Alojamiento, Artesanías, regalos y otros que suman más del 60%.

Gráfico 69. El Alto: Participación en el VBP 2019 del sector turismo



A su vez, en relación a la pobreza estructural en el municipio de El Alto, para el 2016, de acuerdo al Atlas Municipal de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Bolivia 2020 (AMODS, 2020), el 26% de las viviendas en El Alto se encuentran en situación de pobreza extrema. Si bien estos porcentajes son relativamente bajos en comparación con otros municipios en otros departamentos, por la demografía, la cantidad de viviendas en esta situación suman 71.131, una cifra considerable.

Por su parte, en la gestión 2017, la población con cobertura de agua potable alcanzó casi el 100%, lo cual es muy destacable pero la población con cobertura de saneamiento básico fue del 92%. En relación al consumo de electricidad residencial per cápita, El Alto consume 294 KWh/persona/año, lo que muestra mejores condiciones de uso de equipos electrónicos en el hogar comparados con Tarija y Potosí (AMODS, 2020).

8.2 Perfil socioeconómico²

El grupo seleccionado para el desarrollo del estudio estuvo compuesto por el 67% de mujeres y el 33% de varones, que se convirtieron en el grupo representativo para el desarrollo de los diferentes tipos de análisis.

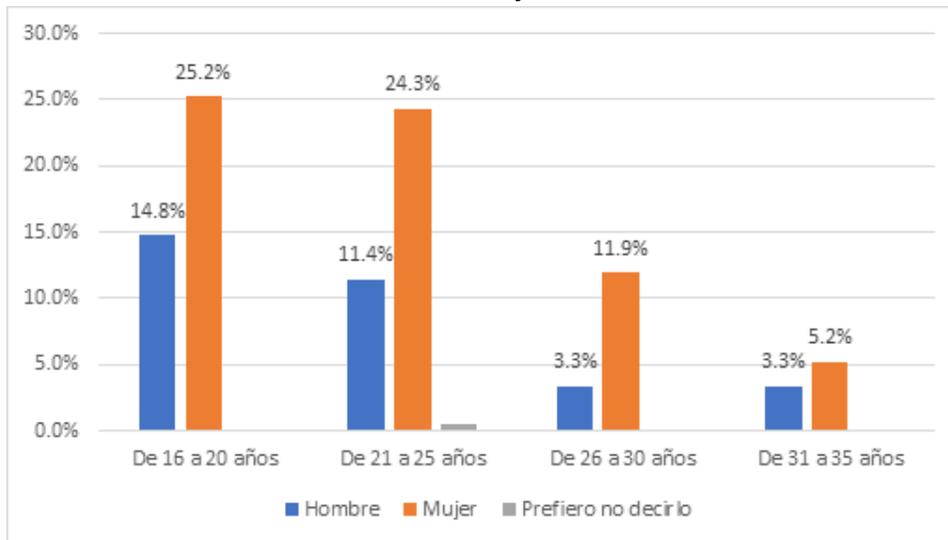
² para obtener los datos en El Alto se realizó un muestreo no probabilístico y el cálculo del tamaño de la muestra consideró una población finita bajo los distritos considerados en el marco de la intervención. La confiabilidad de la muestra fue del 95%, y tiene un error estándar de: $\pm 4,8\%$.

Gráfico 70: Participación porcentual de hombres y mujeres



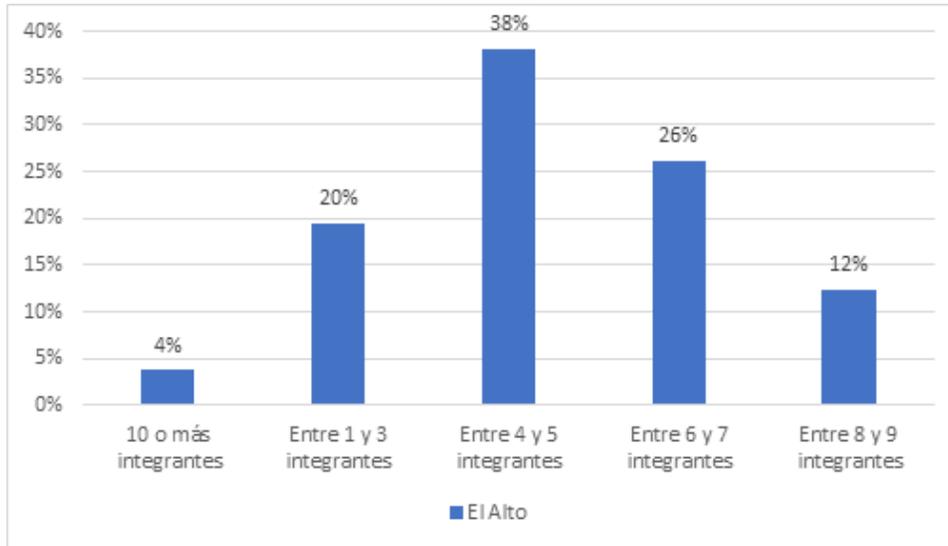
Así como en Tarija, la Investigación obtuvo información de jóvenes comprendidos entre las edades de 16 y 35 años. El 40% de los jóvenes encuestados corresponden a la edad de 16 a 20 años, sigue en orden de participación los jóvenes de 21 a 25 años con un 36%, lo que suma en ese rango de 16 a 25 el 76% de participación. En la muestra dos tercios corresponden a la participación de mujeres.

Gráfico 71: Edad de los jóvenes en El Alto



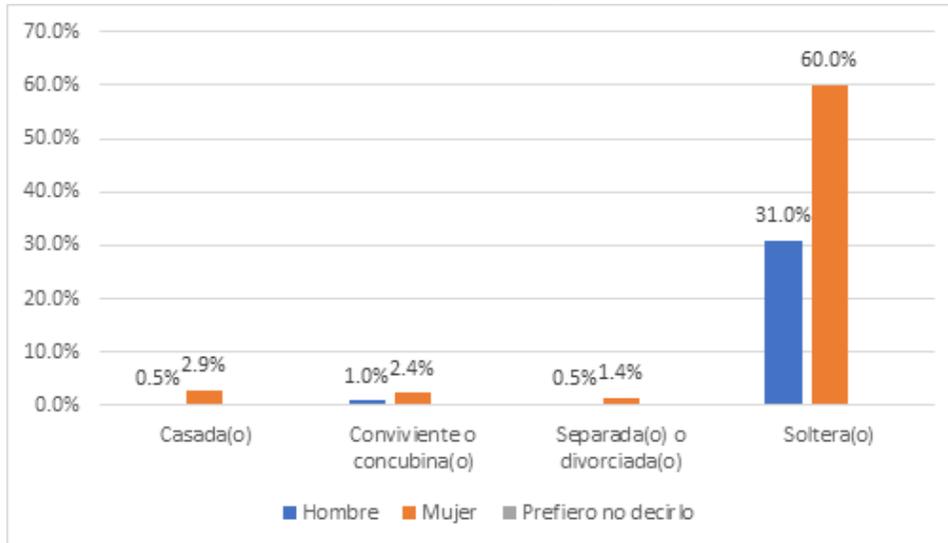
El 38% de los jóvenes en El Alto tienen entre 4 y 5 integrantes que conforman su familia y un 26% lo tienen entre 6 y 7 integrantes, lo que indicaría que a diferencia de Tarija son familias más grandes. Estas cifras que representan a más del 50% de todos los encuestados implican mayores necesidades en el entorno familiar.

Gráfico 72. Número de integrantes en la familia



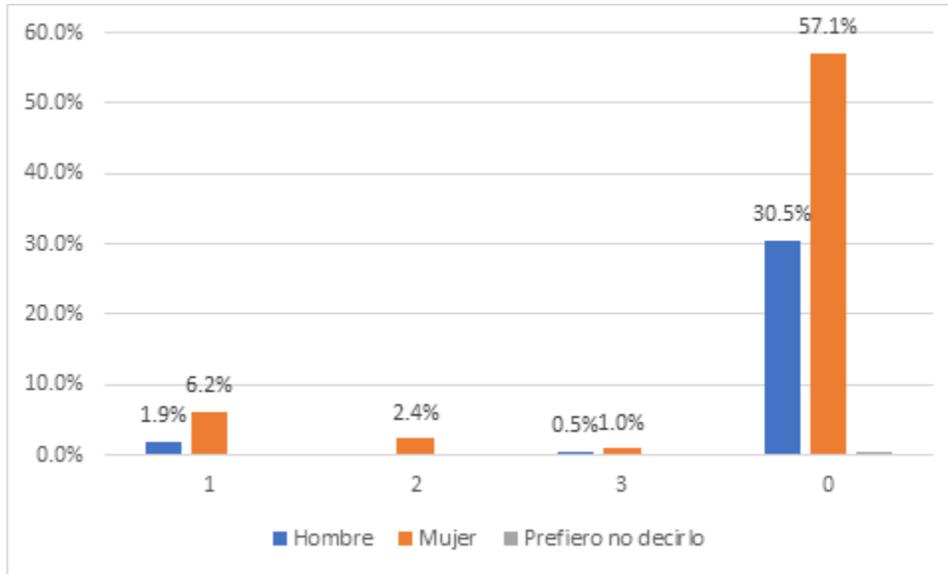
En cuanto al estado civil de los jóvenes, se tiene una marcada participación de quienes son solteros, que hace sentido porque se trata de jóvenes de 16 a 20 años que representan el mayor porcentaje. En este sentido, en la muestra del municipio de El Alto sobresalen también las mujeres que son solteras con un 60%.

Gráfico 73. Estado civil de los jóvenes en El Alto



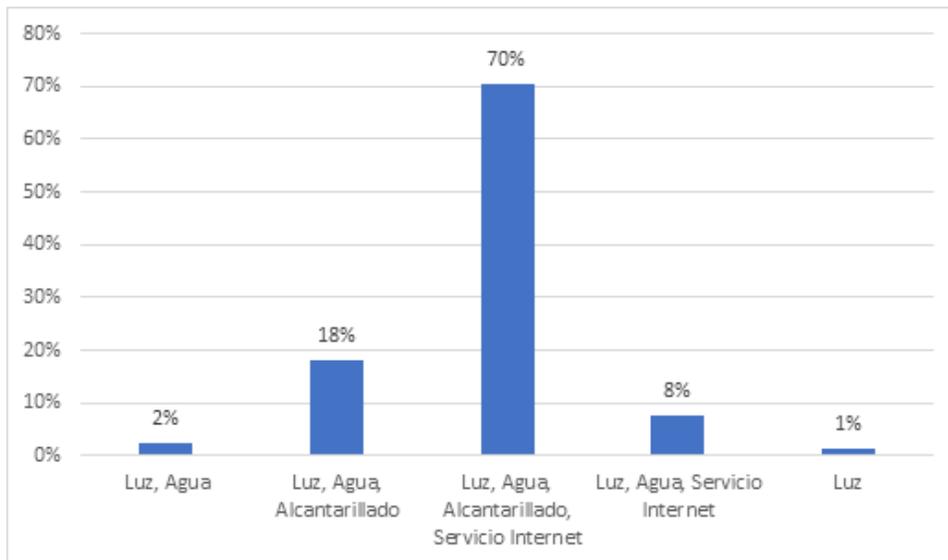
La mayoría los jóvenes no tienen hijos (88%), esto conforme al mayor porcentaje que han indicado ser solteros, y los que tienen un hijo representan un 8% con mayor participación de mujeres. En El Alto se ha podido ver que hay jóvenes que han llegado a tener hasta tres hijos, pero es marginal, también que llegaron a tener a partir de la edad de 18 años y que en más del 50% la pareja sí le ayuda con el cuidado a los hijos.

Gráfico 74. Número de hijos de los jóvenes en El Alto



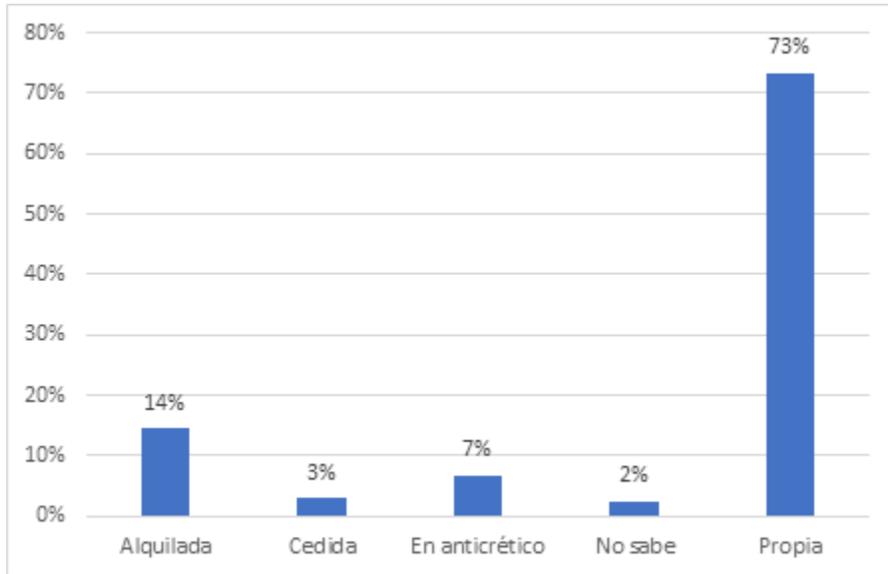
Algo destacable en la información proporcionada por los jóvenes encuestados es sobre la importante participación de la cobertura de los servicios básicos de luz, agua, alcantarillado e internet, llegando a alcanzar el 70% con todos los servicios indicados; un 18% con todos, pero sin internet; un 8% con todos, pero sin alcantarillado y sólo un 1% que tiene luz y no los demás servicios.

Gráfico 75. Servicios básicos



En El Alto el 73% de los jóvenes indicaron que la vivienda donde actualmente viven es de propiedad de su familia, lo cual es favorable. También se puede observar que un 14% vive en una situación donde la familia paga un alquiler, lo que representa un gasto periódico mes a mes y 7% cuenta con un anticrético donde vive su familia.

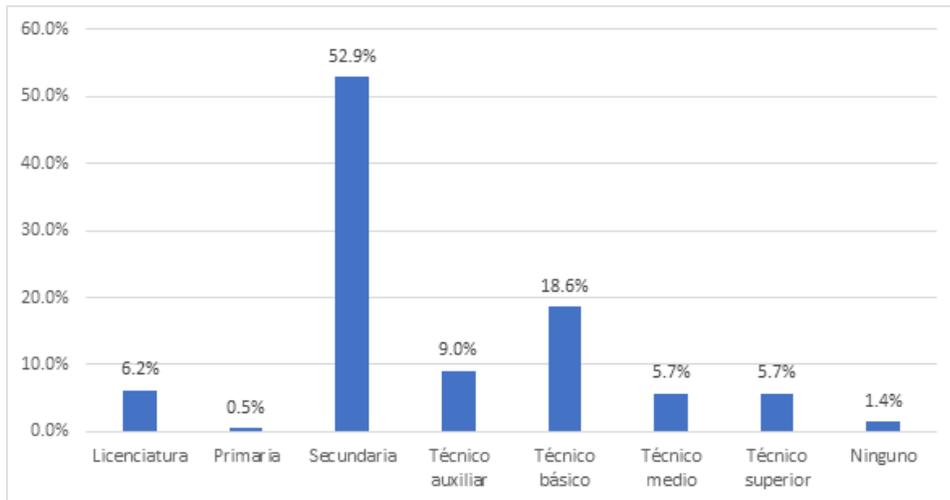
Gráfico 76. Situación de propiedad donde vive la familia



8.3. Nivel de educación

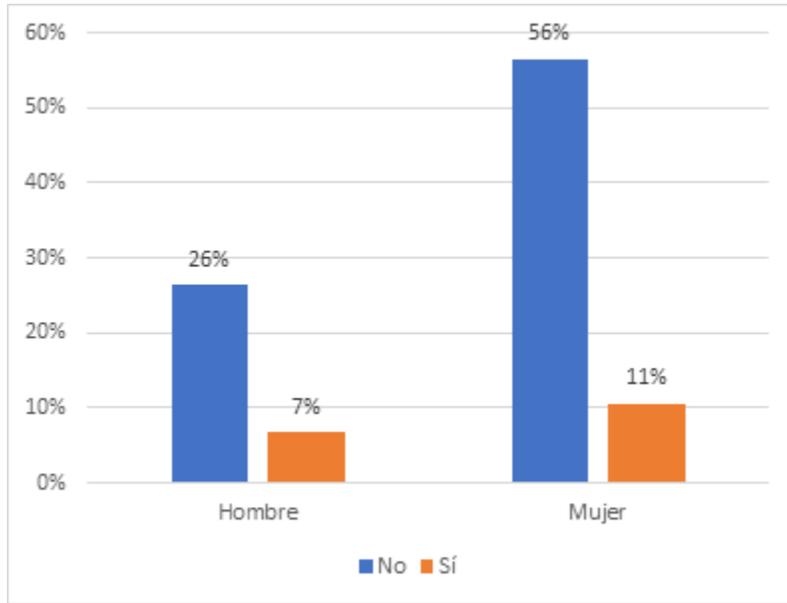
En general, la mayor parte de los jóvenes tiene una educación a nivel secundario (52.9%), que guarda relación con la edad que tienen. El siguiente nivel de formación con mayor proporción corresponden a jóvenes que tienen un nivel de formación de técnico básico (18.6%) y después técnico auxiliar (9%).

Gráfico 77. Nivel de formación en la ciudad de El Alto



Algo favorable en los jóvenes encuestados es que la mayoría de ellos viven con sus padres o tutores, esto es así para hombres y mujeres. Sin embargo, los motivos por los que los jóvenes no viven con sus padres o tutores destacan que decidieron ser independientes, o se trasladaron por motivo de estudios.

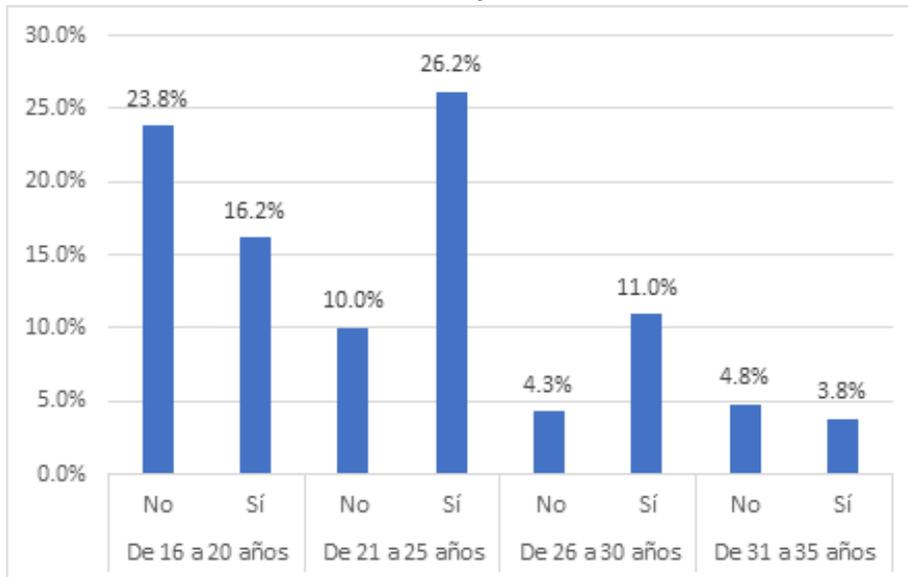
Gráfico 78. Situación de convivencia sin sus padres o tutores



8.4 Generación de ingresos

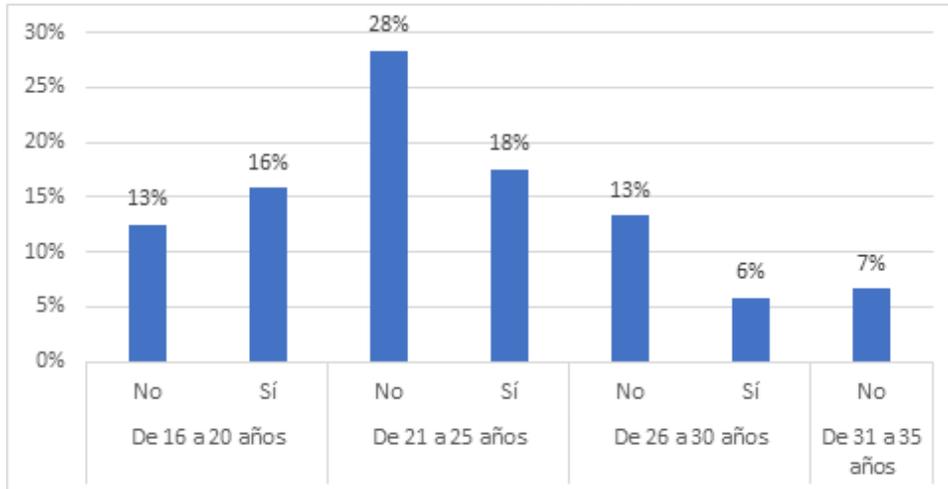
La mayoría de los jóvenes han generado un ingreso por algún trabajo realizado en los últimos tres meses. Se concentran más en la edad de 16 a 25 años, con mayor participación de los que se encuentran con una edad de 21 a 25 años. Se puede destacar que, la mayor parte de estos trabajos corresponden al comercio y también hay los relacionados con gastronomía.

Gráfico 79. Situación de trabajo en los últimos tres meses



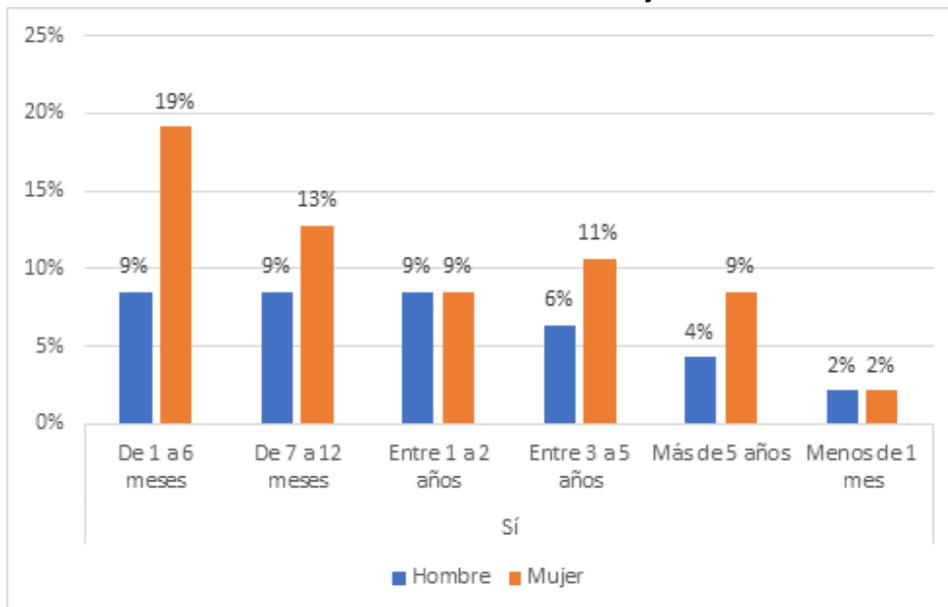
De los jóvenes que trabajan, para el 40% fue su primera vez, la mayor parte se concentra en jóvenes con edad de 21 a 25 años (18%), lo que a decir por la edad ya cuentan con algún nivel de formación o capacitación. Por su parte, los jóvenes que indicaron que no fue la primera vez representa el otro 60% y también corresponde a los jóvenes de 21 a 25 años.

Gráfico 80. Situación de trabajo por primera vez



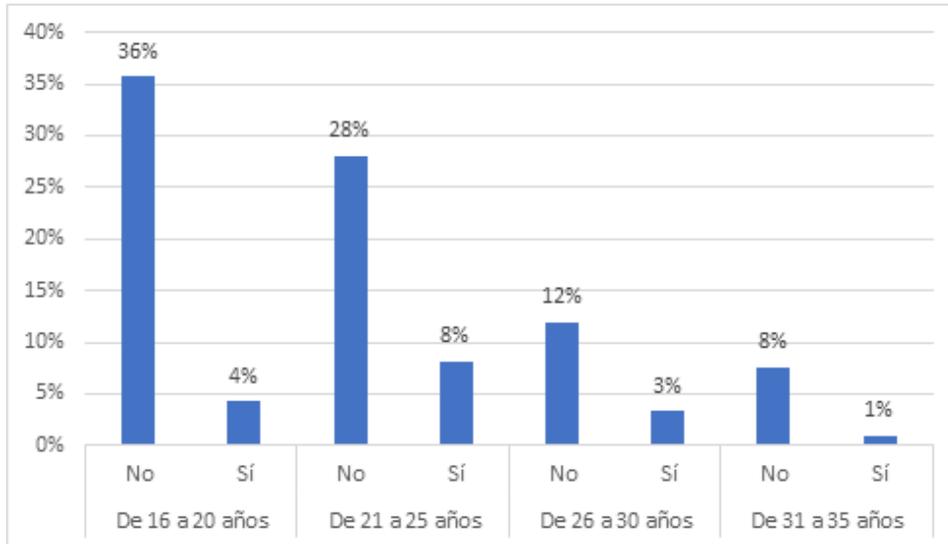
La duración del trabajo de los jóvenes que sí han trabajado por primera vez ha sido variada, pero se concentra en un periodo de tiempo corto, 28% de 1 a 6 meses, donde la mayor parte son las mujeres con esta característica. Arriba de 5 años no es lo más frecuente, pero hay alrededor de 13% que se puede decir que se ha mantenido trabajando por varios años.

Gráfico 81. Duración del trabajo



Se ha observado que no es frecuente en los jóvenes de El Alto que cuenten con un emprendimiento; sin embargo, es de destacar que los que lo tienen, en mayor proporción, son jóvenes con una edad de 21 a 25 años. En general, el 83% no tienen un emprendimiento, reforzando la dependencia económica familiar o bien de un trabajo remunerado si lo tuvieran.

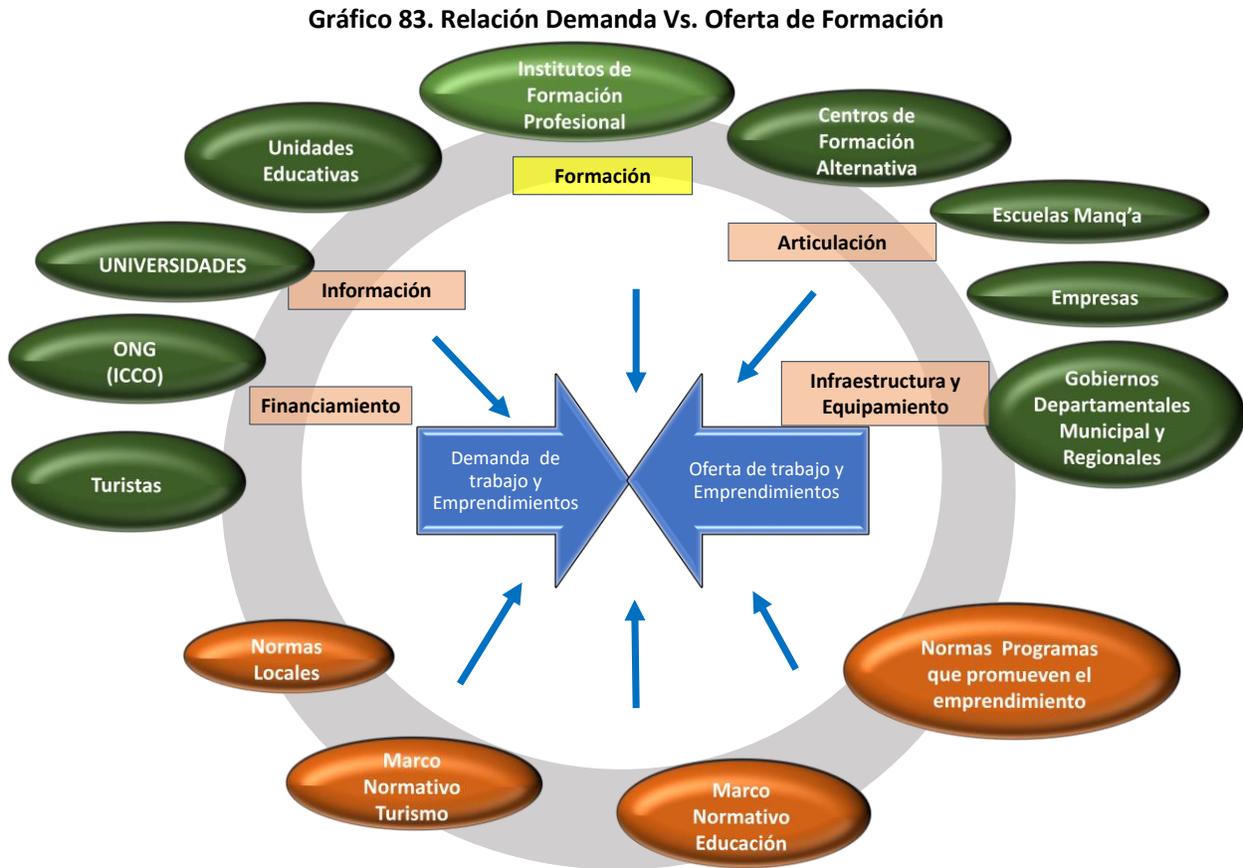
Gráfico 82. Situación de emprendimiento



9. Oportunidades de Formación desde un enfoque sistémico, La Paz: El Alto

9.1 Relación transaccional, servicios de apoyo y actores

En el siguiente esquema se visualiza la relación transaccional entre demanda de formación y oferta de formación, así como los actores que intervienen y los servicios de apoyo que facilitan el encuentro entre demanda y oferta.



Los Centros de Educación Alternativa, se encuentran bajo el paraguas de la normativa del Viceministerio de Educación Alternativa Especial; cuentan con una reglamentación y con resoluciones ministeriales que son emitidas cada año donde se define la planificación anual, la programación y organización.

En cuanto al marco normativo de la formación del área técnica de turismo, se destaca el documento denominado: Planes y Programas del Área Técnica y Productiva de Turismo, emitido por el Viceministerio de Educación Alternativa Especial – Dirección General de Educación de Adultos, documento que establece como objetivo general del área técnica de turismo, el de fortalecer las capacidades, destrezas, habilidades y valores socio comunitarios en interacción con saberes y conocimientos técnicos, tecnológicos propios y universales para desarrollar acciones en los ámbitos de Turismo, Operaciones Turísticas, Gestión Turística, Tecnologías de

Información y Comunicación, mediante prácticas orientadas a la protección, promoción, difusión de los recursos naturales, culturales, histórico- monumentales, provisión de servicios e investigación para fortalecer vocaciones y potencialidades turísticas productivas regionales y comunitarias, en armonía con la madre tierra y el cosmos.

El Reglamento General de los Institutos Técnicos Tecnológicos de carácter fiscal de convenio y privados, aprobado por Resolución Ministerial N° 2015/350 del 2 de junio de 2015, establece como sector de formación técnica a la gastronomía y también al turismo. En este reglamento se establecen como áreas técnicas de turismo: i) turismo; ii) operaciones turísticas; iii) gestión turística y emprendimiento; iv) lingüística e idiomas; v) tecnologías de información y comunicación

Las Escuelas Manq'a está orientadas a la generación de mejores oportunidades de vida para jóvenes de escasos recursos en Bolivia. *El modelo de inserción laboral* contempla dos procesos, en el primero, los jóvenes formados, de acuerdo a sus fortalezas e intereses, realizan prácticas laborales, ingresan a una empresa del rubro, por un periodo de 2 a 3 meses, gracias a estas, pueden afianzar sus conocimientos y ganar una valiosa experiencia. En el segundo proceso, Manq'a realiza una articulación laboral, en la cual los jóvenes seleccionados son insertados laboralmente en empresas aliadas en condiciones favorables.

El modelo de emprendimiento que incluye la asesoría en el diseño del plan de negocios, capital semilla, acompañamiento en la implementación del negocio y mentoría empresarial.

El modelo de mentoría que es un proceso metodológico que involucra a empresarios locales experimentados como aliados en el fortalecimiento y apoyo a jóvenes emprendedores. El empresario transmite su experiencia al emprendedor en reuniones mensuales durante un año. Manq'a cuenta actualmente con 45 mentores que apoyan a jóvenes emprendedores en las ciudades de La Paz, El Alto y Sucre

Existe la normativa que emana a partir de la Ley de Turismo, es decir que existe una reglamentación aprobada para los hoteles, alojamientos y otros prestadores de servicios turísticos que está muy cerrada en cuanto al tema de control (según percepción de la Cámara Departamental de Turismo del departamento de La Paz)

Los servicios de apoyo que se muestran en recuadros verdes en la dona, son entendidos como las acciones necesarias que posibilitan que la relación transaccional funcione más eficientemente.

Las funciones de apoyo que se muestra en el gráfico son:

1. Provisión de información
1. Infraestructura y equipamiento
2. Financiamiento
3. Formación de docentes

Se profundiza el **servicio de apoyo de provisión de información** que son todos aquellos datos que necesitan tener los demandantes, es decir los jóvenes o adultos que tienen la intención de formarse en gastronomía hotelaría o turismo y oferentes, instituciones e instancias que ofrecen un servicio de capacitación en estas áreas.

Las oportunidades de formación identificadas en El Alto que están relacionadas al área de turismo, gastronomía y hotelaría son las siguientes

Universidad Pública de El Alto: Gestión Turística y Hotelera (nivel licenciatura) La carrera se orienta a la formación de profesionales capaces de emprender y gestionar organizaciones turísticas y hoteleras sostenibles.

Centros de Educación Alternativa

- El CEA San Gabriel B ofrece solo la carrera de gastronomía y los siguientes CEA que se muestran en la tabla a continuación, cuentan con la carrera de gastronomía y alimentación.

Tabla 24. Centros de Educación Alternativa

DISTRITO	NOMBRE DEL CEA	NIVEL
1	Corea M/T/N	ETA
1	Cruz Andina	EPA - ESA
1	Fausto Reynaga	EPA - ESA
1	Franz Tamayo	EPA - ESA - ETA
1	Maria Auxiliadora (Convenio)	ETA
2	12 De Octubre Noche	EPA - ESA - ETA
2	Delia Gambarte De Quezada	EPA - ESA - ETA
2	Japon Ayacucho	EPA - ESA - ETA
2	Julian Apaza Noche	EPA - ESA
2	Martin Cardenas Hermosa E	EPA - ESA - ETA
2	Republica De Francia Noche	EPA - ESA
2	San Gabriel B (Convenio)	EPA - ESA - ETA
3	Paulo Freire	EPA - ESA - ETA

- Institutos Tecnológicos: De los 6 institutos tecnológicos identificados: Puerto de Mejillones, Instituto Tecnológico Don Bosco, Centro de Formación Profesional Brasil – Bolivia, Instituto Comercial Superior De La Nación Incos El Alto, Instituto Técnico Productivo Alternativo Bolivia Mar y Instituto Superior de Electrónica Informática y Telecomunicaciones Santo Toribio de Mogrovejo, ninguno ofrece carreras relacionadas al turismo, gastronomía y hotelería.

En cuanto a las demandas requeridas por el sector empresarial en El Alto, se tomó en cuenta distintos mecanismos para la obtención de información:

- De la Cámara Hotelera en La Paz, se menciona que los hoteles en El Alto no tienen la categoría de turismo. Hay poca afluencia de turistas, los hospedajes que existen no tienen el fin de hacer turismo sino que los fines son comerciales, de tránsito u otros. A los Cholets no se ha incentivado de la manera esperada; El mantenimiento de un restaurant para que esté dirigido al turismo es alto por lo que es difícil incursionar. Hay un emprendedor que desea invertir en su negocio de restaurant; la Cámara

percibe que este tipo de emprendimientos debe reforzarse con mayor conocimiento porque podría llegar a un nivel de 4 estrellas. En El Alto se tiene una actividad económica muy familiar porque el miedo es tener una carga laboral que no se pueda cumplir, es por eso que no se contrata personal.

- Actualmente los jóvenes que se forman en las carreras de turismo que ofrecen la UPEA y la UNIFRANZ trabajan en la ciudad de La Paz. De acuerdo a información brindada por la Cámara Hotelera Departamental de La Paz, los servicios brindados por jóvenes de El Alto son valorados por los restaurantes y hoteles en La Paz porque se dice que son personas pujantes, con voluntad y trabajadora.
- Para conocer las percepciones de las empresas en general (relacionadas y no relacionadas al turismo), se realizó un sondeo de las demandas de trabajo en El Alto que fueron publicadas en el periódico El Diario, Facebook, Linkendin y Trabajopolis.bo, durante el periodo 1/junio/2022 al 28/Ago./2022 (Se cuenta con una base de datos de levantamiento de demandas de trabajo). Se levantaron 158 demandas, de las cuales 8, es decir el 5%, estaban relacionadas a gastronomía y un requerimiento destinado a la limpieza de un alojamiento.
- De las demandas relacionadas con gastronomía 4 demandas eran para meseras de restaurantes y lo demás para ayudantes de cocina, salteñería y panadería.
- De las demandas mencionadas anteriormente, el 77% estaba dirigido a mujeres.
- En la reunión del grupo focal en el que participaron estudiantes de Manqa y UNIFRANZ, los jóvenes confirmaron este hecho de que en El Alto existen pocas oportunidades de trabajo, por lo que optan por generar un emprendimiento. De los 15 participantes, 10 ya han iniciado un negocio de gastronomía, haciendo principalmente masitas, jugos y comida rápida, emprendimientos que están principalmente destinados a la generación de ingresos y no necesariamente tienen un enfoque hacia el turismo
- En cuanto a las demandas requeridas por los turistas, en el apartado anterior se llegaron a identificar las siguientes necesidades de formación:

Gastronomía:

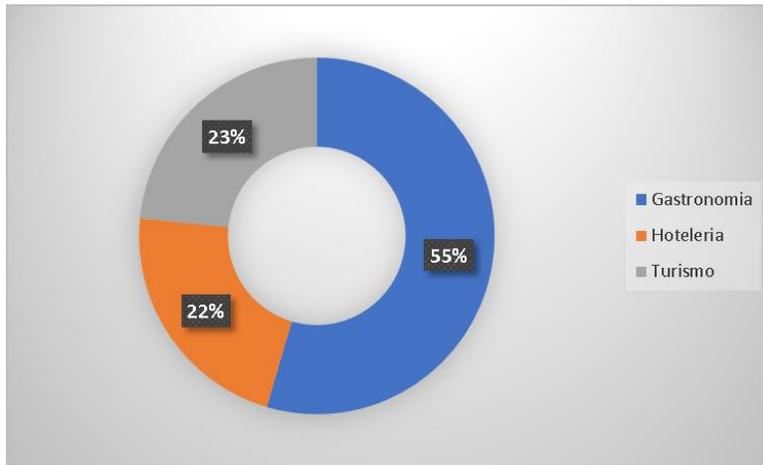
- Atención al cliente con calidad y educación
- Conocimiento del idioma ingles
- Mayor calidad en el servicio de desayuno
- Higiene e inocuidad en el manejo de los alimentos

Hotelería

- limpieza y mantenimiento de los ambientes
- Servicios que garanticen la seguridad del turista
- Proceso de chek in eficientes

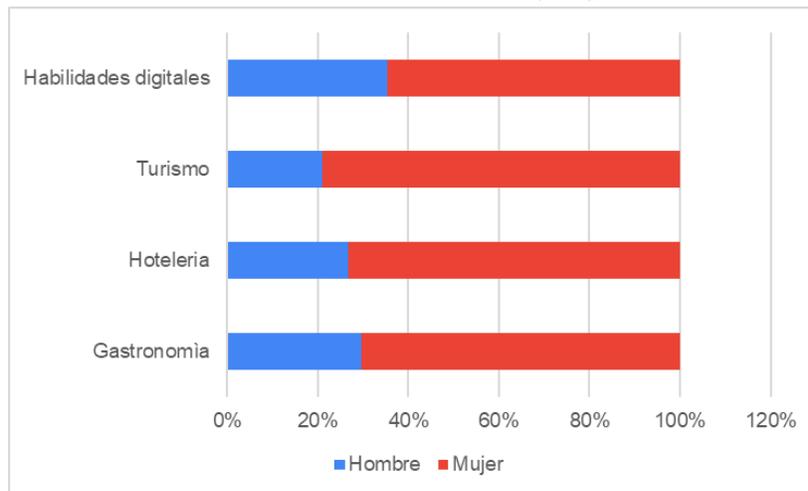
En cuanto a la **expectativa de los jóvenes** para optar por una formación en gastronomía hotelería o turismo, en el levantamiento de información primaria, los jóvenes encuestados, (Base de Datos de Encuestas El Alto realizada con jóvenes), ante la pregunta: estaría interesado en ser parte de una formación en hotelería, turismo, gastronomía, la mayoría mencionó como primer interés a la gastronomía 55% , luego el turismo en 23% y no muy lejos la hotelería 22%. Al tratarse de un grupo donde los encuestados estaban concentradas en estudiantes de gastronomía; es interesante ver existe una proporción significativa del 45% que le interesaría la hotelería y el turismo.

Gráfico 84. Interés por ser parte de una formación en hotelería, turismo y gastronomía: El Alto



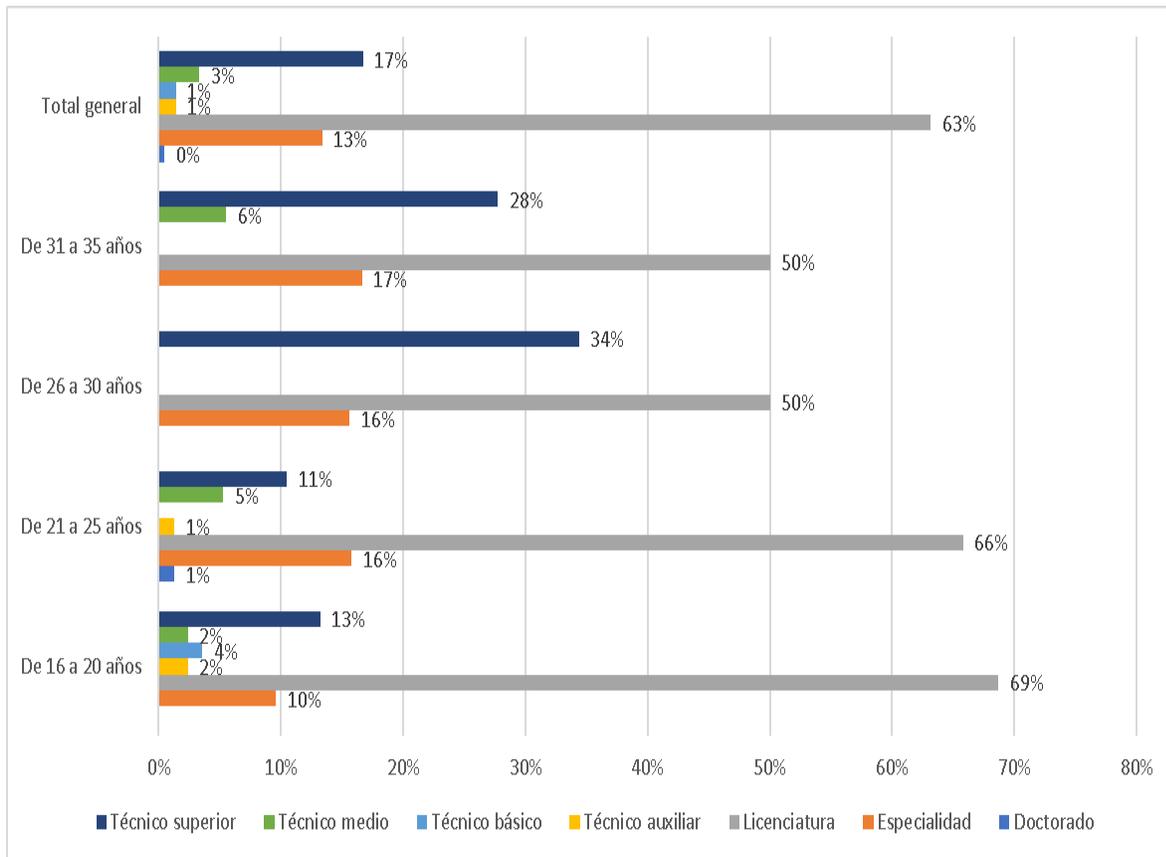
En el levantamiento de información primaria, los jóvenes manifestaron su preferencia por alcanzar un nivel de licenciatura, principalmente en aquellos que se encuentran en un rango de edad de 16 a 20 años

Gráfico 85. Interés diferenciado por género



Como se observa en el gráfico, las mujeres alinean su demanda específicamente a formarse en gastronomía, hotelería y turismo, mientras que los varones orientan su demanda a una formación en habilidades digitales.

Gráfico 86. Nivel que se desea alcanzar



9.2. Limitaciones Sistémicas identificadas

<p>Limitación sistémica en el servicio de apoyo</p> <p>provisión de información</p> <p>RELACION: DEMANDA Y OFERTA DE FORMACION</p>	<p>Existe una demanda de servicios (percepción de turistas) insatisfecha en cuanto a sus requerimientos; en hotelería se requiere: i) mejor atención al cliente, ii) conocimiento del idioma inglés iii) procesos de check in y check out bien implementados; iii) servicios que garanticen la seguridad turística iv) limpieza y mantenimiento de los ambientes; en gastronomía: i) educación y mejor atención al cliente, ii) calidad en los servicios de desayuno; iii) higiene e inocuidad en el manejo de los alimentos. De acuerdo al análisis realizado, el 26% mencionaron que los servicios prestados son de pobre a terrible.</p> <p>En las demandas expuestas por el mercado (medios públicos como periódicos y redes sociales), se constató que son pocas y que están relacionadas principalmente a la gastronomía pero que no se sabe exactamente si están enfocadas a negocios turísticos.</p> <p>Se concluye: La actividad turística en El Alto está todavía en una etapa de maduración por lo que su oferta todavía no está enfocada hacia el turista, por consiguiente la información que proviene de la demanda turística no es eficientemente canalizada a la oferta de formación principalmente a un nivel técnico.</p> <p>Débil e incipiente ecosistema emprendedor dirigido al turismo que permita la colaboración mutua para la prestación de servicios de calidad.</p>
<p>Causa sistémica</p>	<p>Débil apoyo institucional desde la formación y otras instancias para generar un ecosistema emprendedor: negocios con servicios de calidad, infraestructura y equipamiento adecuado.</p>
<p>Actores que ayudan a dar una solución</p>	<p>Centros de formación</p> <p>Redes de articulación de actores como la REDEmpleo</p> <p>Gobierno Autónomo Municipal</p>
<p>Solución sistémica</p>	<p>Fortalecimiento de la formación en gastronomía, hotelería y turismo a un nivel más operativo y técnico que tenga las perspectivas de satisfacer las demandas del mercado (turistas)</p>

10. Necesidades, demanda y uso de conectividad a internet, La Paz: El Alto

10.1 Compañías de servicio de internet

En El Alto las empresas proveedoras del servicio de internet son: ENTEL, TIGO y VIVA. El mapa de cobertura³ de ENTEL es como se muestra a continuación.

Gráfico 87. Mapa de cobertura ENTEL

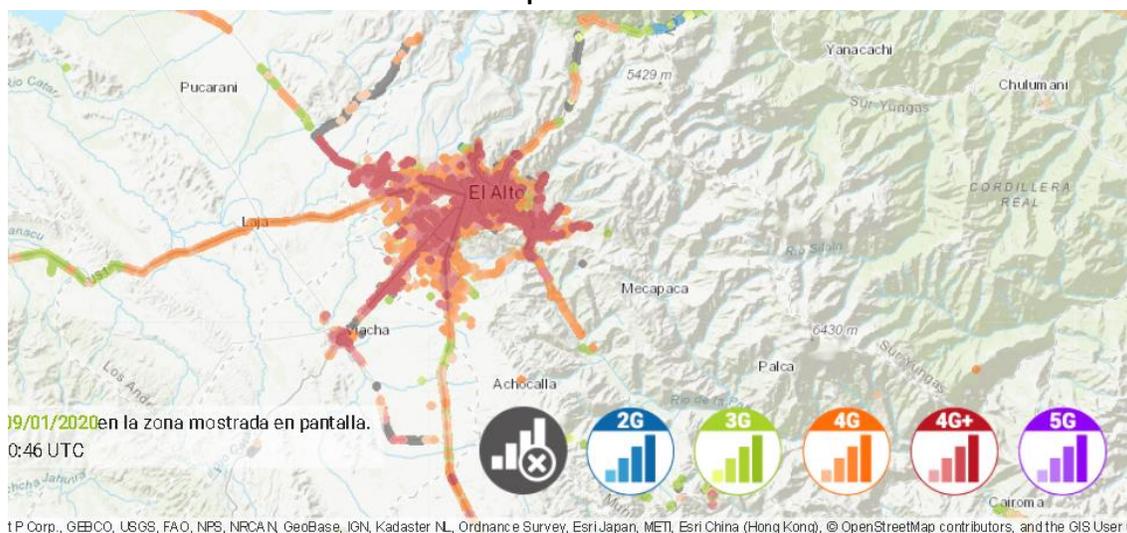
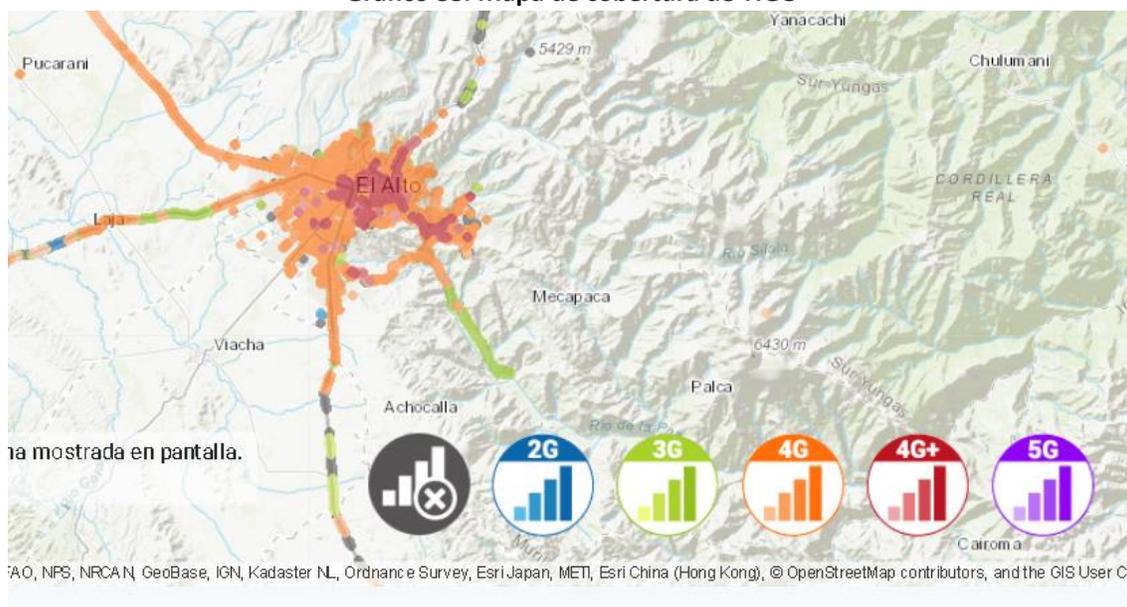


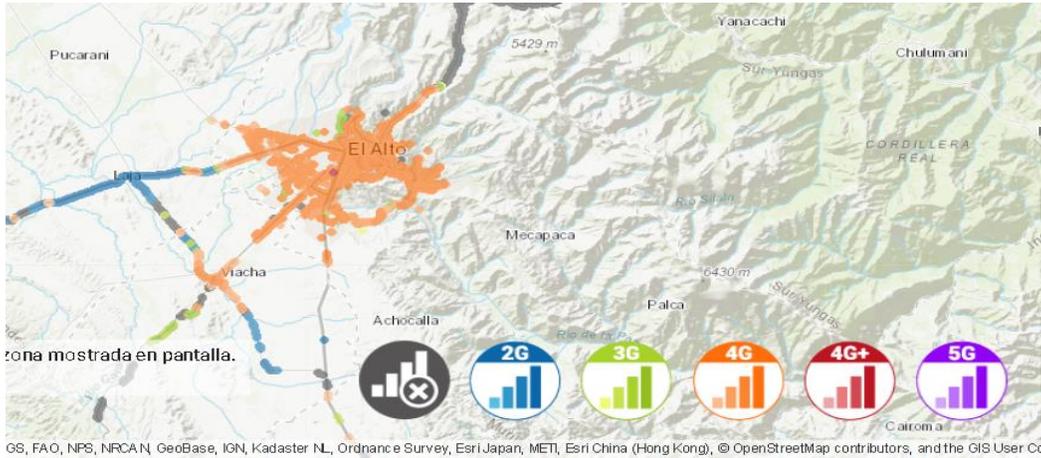
Gráfico 88. Mapa de cobertura de TIGO



A continuación, se muestra el mapa de cobertura de VIVA

³ <https://www.nperf.com/es/map/BO/-/167642.Entel-Mobile/signal/?ll=-16.402076824016884&lg=-63.55&zoom=5>

Gráfico 89. Mapa de Cobertura VIVA



10.2. Uso de internet por parte de los jóvenes

El 99% de los jóvenes encuestados en El Alto utilizó internet en los últimos tres meses

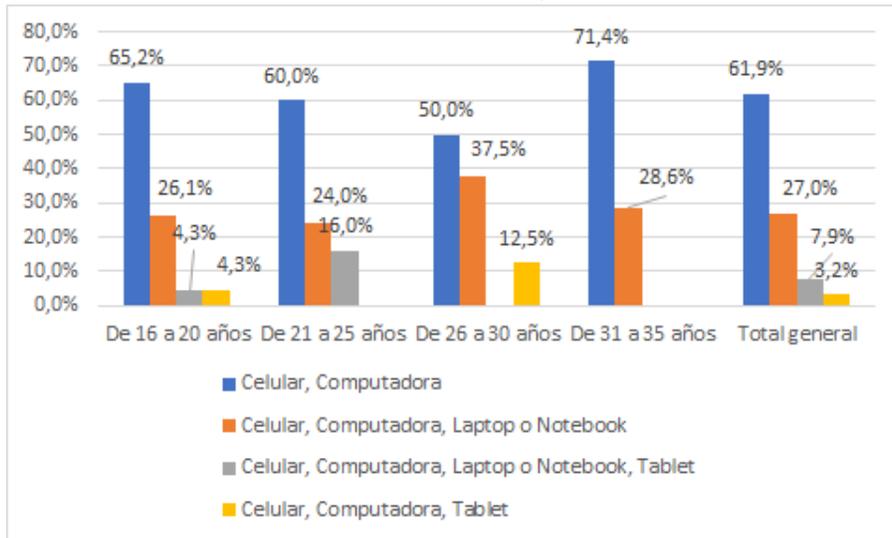
El 42% de las respuestas proporcionadas por los jóvenes se mencionó que prefieren el servicio de Entel, el 46% prefiere a Tigo y el 12% Viva.

De las respuestas obtenidas ante la pregunta ¿qué dispositivo utilizó para conectarse a internet?, el 62% estuvieron concentradas en el uso de celular. El 19% en la computadora, el 17% en laptop y 2% en la tablet.

Con relación a la edad, los datos mostraron que en el rango de 31 a 35 años se utiliza solo el celular en un porcentaje del 47% y la computadora y el celular en el 29% de los casos.

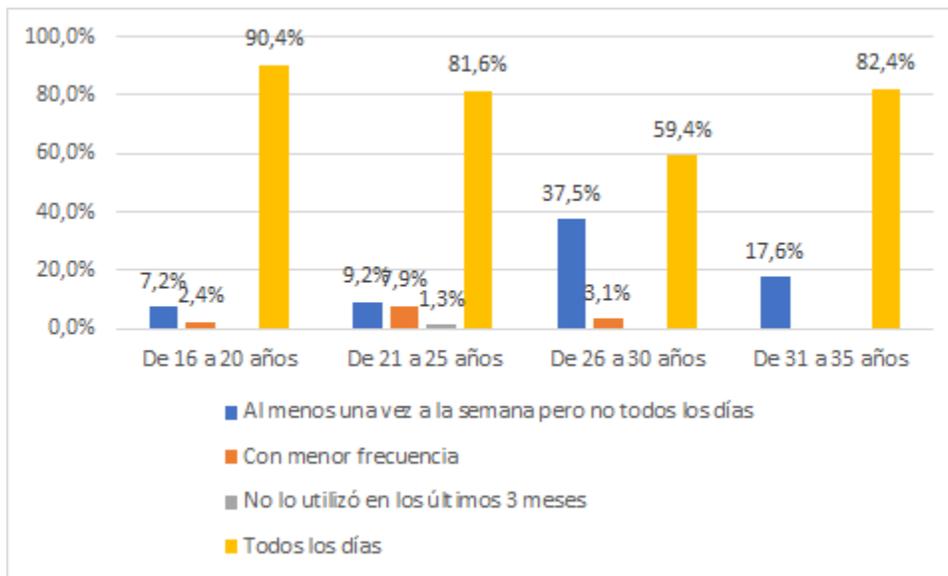
En el gráfico siguiente se muestra la proporción de jóvenes por rango de edad que utilizan la computadora y otros dispositivos además del celular

Gráfico 90. Acceso a dispositivos



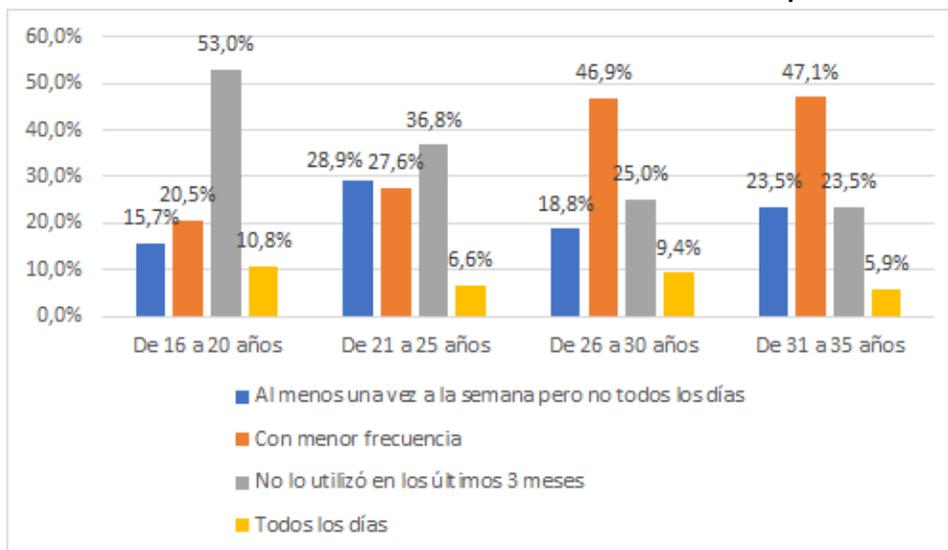
En cuanto a la frecuencia del uso de internet por computadora, se muestra en el gráfico siguiente que la mayoría de los jóvenes comprendidos en un rango de 16 a 20 años se conecta todos los días, en cambio los comprendidos entre 26 a 30 años solo el 59% se conecta todos los días y al menos una vez a la semana lo hacen en un 37%.

Gráfico 91: Frecuencia de uso de internet

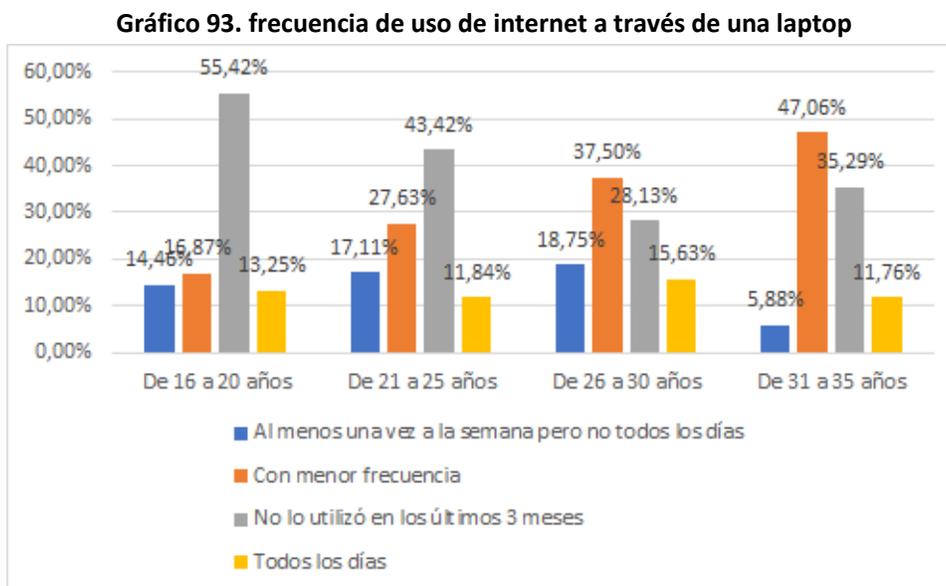


En cuanto a la frecuencia del uso de internet a través de una computadora, en el gráfico se observa que los rangos más jóvenes han mencionado que no lo han hecho en los últimos 3 meses y los rangos con mayor edad de 26 a 30 años y de 31 a 35 años se han conectado a través de una computadora con menor frecuencia.

Gráfico 92. Frecuencia de uso de internet a través de una computadora



En cuanto a la frecuencia del uso de internet a través de una laptop, se muestra una situación similar donde predomina la respuesta de que no se han conectado al internet en los últimos 3 meses, tal como se muestra en el siguiente gráfico.



Ante la pregunta, desde donde se conectó a internet, el 93% de los jóvenes de El Alto mencionó que se conectó desde su casa. Solo el 3% de los entrevistados mencionó que se compra datos para acceder a internet.

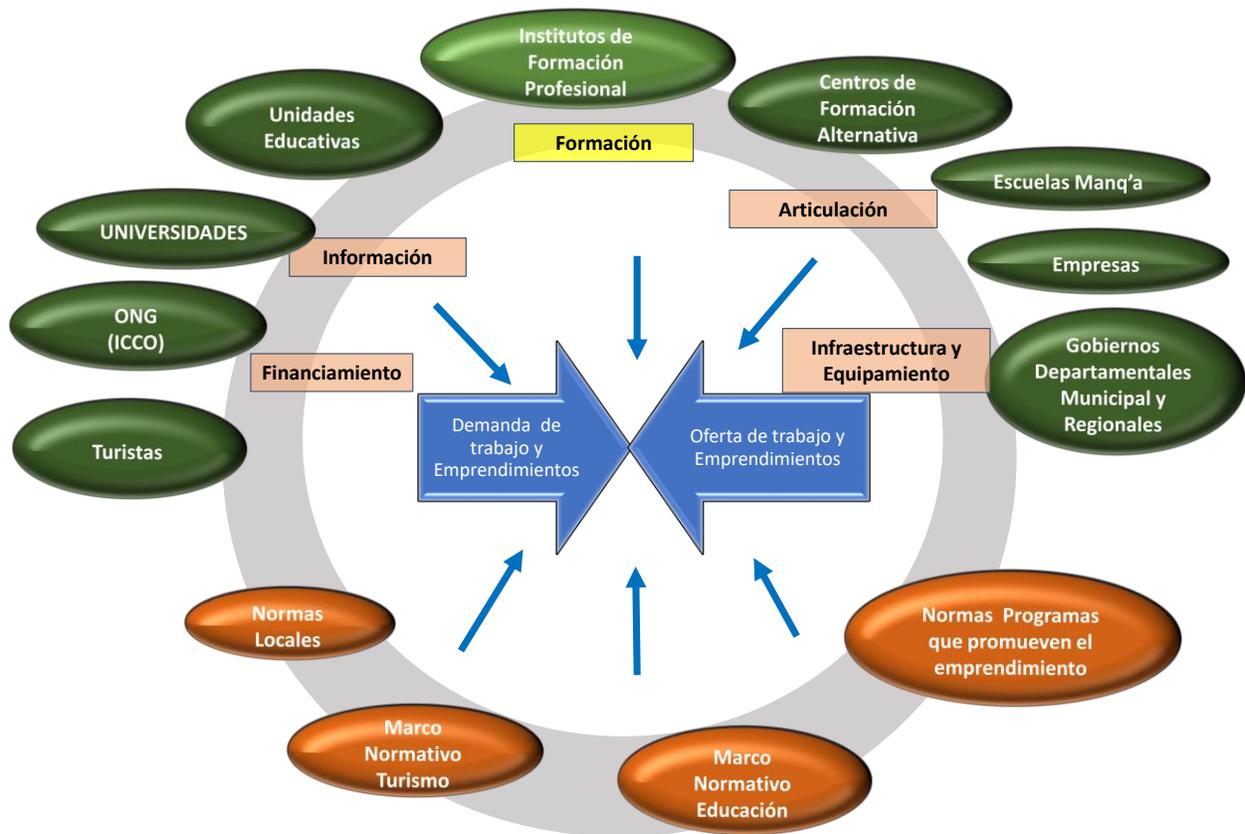
Hombres y mujeres tienen acceso a internet, aunque las mujeres principalmente son las que utilizan con mayor frecuencia este servicio en sus teléfonos celulares con conexiones wifi, megabytes en sus equipos y cafés internet.

11. Oportunidades de empleo y emprendimiento desde un enfoque sistémico

11.1 Relación transaccional, servicios de apoyo y actores

En el siguiente esquema se visualiza la relación transaccional entre demanda de formación y oferta de formación, así como los actores que intervienen y los servicios de apoyo que facilitan el encuentro entre demanda y oferta.

Gráfico 94. Relación Transaccional Demanda Vs. Oferta de emprendimientos y empleo



Servicio de apoyo formación en emprendimiento

En la gestión 2019 la UNIFRANZ implementó un espacio de asesoramiento mentoría y capacitación para emprendedores y microempresarios alteños-

El proyecto Formación técnica profesional de la Cooperación Suiza en Bolivia, a través del consorcio Swisscontac-FAUTAPO participó y apoyó actividades de emprendimiento en El Alto, como la organizada por la Red de Oportunidades de Emprendimiento y Empleabilidad en la gestión 2019.

La Red de Oportunidades en Emprendimiento y Empleabilidad estuvo activa a través de su página Facebook hasta julio de 2019.

El Proyecto REDEempleo involucra a cinco municipios del área metropolitana de la ciudad de La Paz, Bolivia (La Paz, El Alto, Achocalla, Viacha y Laja). Sus objetivos son:

- Diseñar e impulsar políticas públicas a favor del empleo juvenil.
- Consolidar redes de comunicación entre las autoridades públicas locales y el sector empresarial con la población joven.
- Abrir el mercado laboral a los jóvenes y a empresas formalmente establecidas, que respetan derechos laborales de estos jóvenes.

Financiamiento que promueve el emprendimiento y empleo en jóvenes

El Proyecto REDEmpleo ejecutado por la Cámara Nacional de Industria y financiado por la Unión Europea en Bolivia realizó el concurso de ideas innovadoras de negocios verdes, a partir del cual emprendedores de La Paz, Viacha Achocalla, Laja y El Alto recibieron incentivos económicos

Percepción de los jóvenes

En cuanto al mercado de trabajo, el 27% de los encuestados realizó un trabajo en los últimos tres meses en las siguientes actividades, de las cuales el 21% de los jóvenes realizó actividades relacionadas a ventas y el 19% relacionadas a la gastronomía: ayudante de cocina, mesera, cajera de restaurante y repostería; es importante mencionar que una persona contestó que trabajo como asesora de viajes.

Administrador de una tienda eléctrica	Ayudante de confección de chamarras
Asesora de viajes	Ayudante de construcción
Atención al cliente	Ayudante de serigrafía
Atención en una farmacia	En un banco
Ayudante de cocina	Bordador
Ayudante de cocina y mesera	Cajera en Pizzería
Ayudante de cocina y cajera	Call center ONG
Mesera de restaurante	Cargador de locetas
Repostera	Comerciante de muebles
Construcción	Manejo de maquinaria
Editor de material educativo	Nutricionista
Educadora	Parrillero
Empleado operario	Pasante en el area de producción
Entrenador de fútbol. Escuelas deportivas	Personal de limpieza
Fabrica de arroz	Pintor
Institución publica	Planchar trajes
Instructor de natación	Responsable de admision en un centro de salud
Lavado de motores	Vendedor (varios)

De los jóvenes que trabajan en actividades relacionadas a la gastronomía el 60% mencionó que consideran que no se cumplen sus derechos laborales y el 30% que no se le paga un salario justo.

Ante la pregunta si conocen algún tipo de iniciativa que promueva el emprendimiento, el 73% dijo que no conoce y el 20% ha mencionado a la alcaldía.

Ante la pregunta si el joven cuenta con un emprendimiento, solo el 16% a dicho que, si cuenta con uno, de los cuales la mayoría está concentrada en el rango de los 21 a 25 años. Asimismo, el 54% de los emprendimientos es unipersonal y el 34% es un negocio familiar.

Se ha evidenciado en la encuesta que el 40% de los emprendimientos está relacionado a la gastronomía y una sola persona dijo que su emprendimiento tiene que ver con actividades de turismo y hotelería

Es importante mencionar que del total de emprendimientos mencionados el 54% tiene más de dos años de funcionamiento. Si se considera solo a los emprendimientos relacionados a la gastronomía, hotelería y turismo el 25% tiene mas de dos años de funcionamiento y el 33% de 7 a 12 meses. Es importante mencionar que el emprendimiento que se dedica a la hotelería y gastronomía y turismo es familiar.

Emprendimiento	1 a 6 meses	2 años	7 a 12 meses	Más de 2 años	Menos de 1 mes	Total general
Comercio	1,0			4,0		1,0
Equipos electrónicos			1,0			1,0
Fotografía y Desarrollo de Aplicaciones Móviles			1,0			1,0
Gastronomía	3,0	1,0	4,0	2,0	3,0	12,0
Gastronomía, Turismo, Hotelería				1,0		1,0
Gastronomía, Ventas					1,0	1,0
Orfebrería				1,0		1,0
Ropas				1,0		1,0
Servicio	1,0					1,0
Tejidos a crochet	1,0					1,0
Vender ropa y cosmeticos				1,0		1,0
Venta accesorios				1,0		1,0
Venta de películas				2,0		2,0
Venta por menor				1,0		1,0
Total general	6,0	1,0	6,0	14,0	4,0	26,0
	23%	4%	23%	54%	15%	

11.2. Limitaciones sistémicas identificadas

Limitación sistémica en el servicio de apoyo Formación

RELACION: DEMANDA Y OFERTA DE TRABAJO Y EMPRENDIMIENTOS

De los jóvenes encuestados el 52% ha alcanzado el nivel secundario. El 18% ha alcanzado el técnico básico y en menores proporciones el técnico medio y técnico superior. Solo el 6,2% ha alcanzado el nivel de licenciatura.

En cuanto a la intención de formarse en hotelería y turismo por parte de los jóvenes, en El Alto se alcanza un porcentaje del 45% y en gastronomía el porcentaje es del 55%. El 62% de los jóvenes desea alcanzar el nivel de licenciatura.

Según información de la Cámara Departamental Hotelera, los jóvenes que estudian a un nivel licenciatura prestan sus servicios en la ciudad de La Paz; las empresas tienen una buena percepción de los jóvenes de El Alto porque son proactivos y tienen buena actitud.

En cuanto a los emprendimientos existen pocos que han sido iniciados por los jóvenes. Se identifica que solo un 16%, cuenta con un emprendimiento de los cuales el 40% está destinado a la gastronomía, se identificó un solo emprendimiento destinado a la gastronomía, hotelería y turismo que tiene más de dos años de vida y que es familiar.

Se constató que la oferta técnica de formación en gastronomía no tiene un enfoque hacia el turismo y con relación a la formación en hotelería y turismo, la formación a un nivel técnico todavía es incipiente. En cuanto a la formación a un nivel de licenciatura, los egresados encuentran más alternativas de trabajo en la ciudad de La Paz.

Causa sistémica	<p>Las instancias que ofrecen procesos de formación aun nivel técnico, todavía no cuentan con programas dirigidos a hotelería y turismo y gastronomía (con enfoque de turismo),</p> <p>Los negocios o empresas que actualmente prestan servicios de gastronomía, hotelería y turismo , son familiares que no contratan servicios de personal que tienen un nivel de licenciatura.</p>
Actores relevantes para una solución sistémica	<p>Centros de formación.</p> <p>Instancias articuladoras Redes de articulación de actores como la REDEmpleo</p>
Solución Sistémica	<p>Formación específica a nivel técnico. sobre las demandas requeridas por el sector turístico, dirigida a mejorar la calidad de trabajo y a la generación de emprendimientos.</p> <p>Instancias articuladoras que realicen procesos de sensibilización a los negocios y empresas que brindan actualmente sus servicios, para que vean la importancia de contar con personal más calificado</p>

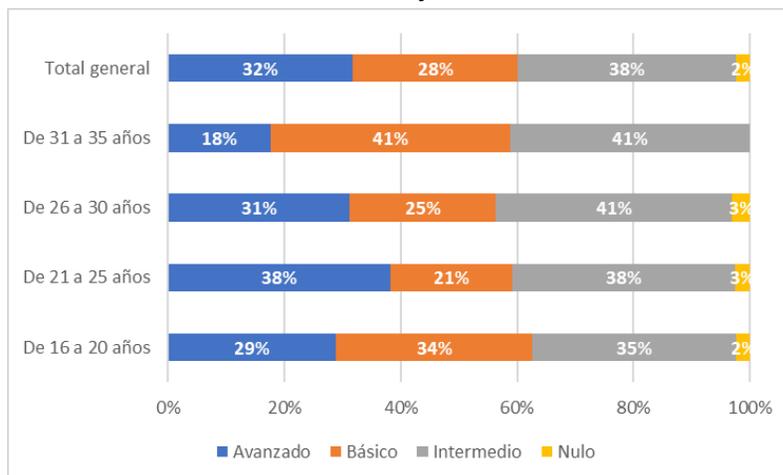
12. Oportunidades de acceso a herramientas tecnológicas

12.1. Herramientas tecnológicas

Sobre el conocimiento de las herramientas tecnológicas en El Alto, las respuestas fueron las siguientes.

Nivel de conocimiento que tiene de las siguientes habilidades con internet: Enviar mensajes o correos electrónicos con archivos adjuntos (Ej.: documentos, audio o video)

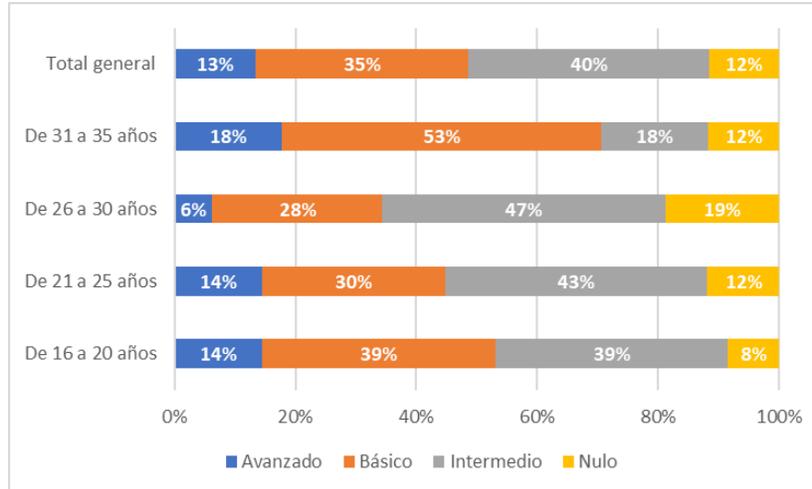
Gráfico 95. Nivel de conocimiento de enviar mensajes o correos electrónicos con archivos adjuntos



En general, un 38% de los jóvenes tiene un conocimiento intermedio sobre esta habilidad. Así mismo, un 38% de los jóvenes de 21 a 25 años mencionaron que su conocimiento es avanzado; mientras tanto, un 41% de los jóvenes entre los 31 a 35 años mencionaron que su conocimiento es básico.

Nivel de conocimiento que tiene de las siguientes habilidades con internet: Identificar fácilmente si la información que encuentra en Internet es falsa o poco verificable

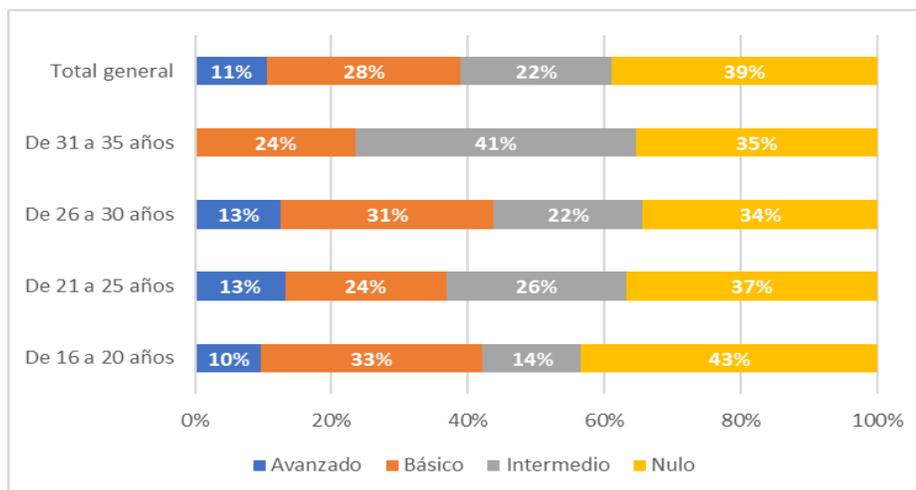
Gráfico 96. Nivel de conocimiento para identificar fácilmente información falsa o poco verificable



Del total de jóvenes un 40% de ellos ha mencionado que cuentan con un conocimiento intermedio sobre la identificación de información falsa o poco verificable en internet; entre los jóvenes con edad de 31 a 35 años se ve marcado un conocimiento básico al respecto (53%). Mientras que entre los de 26 a 30 años es mayor la proporción de un nivel intermedio.

Nivel de conocimiento que tiene de las siguientes habilidades con internet: Realizar una transacción, comprar o pagar por una aplicación/apps en internet

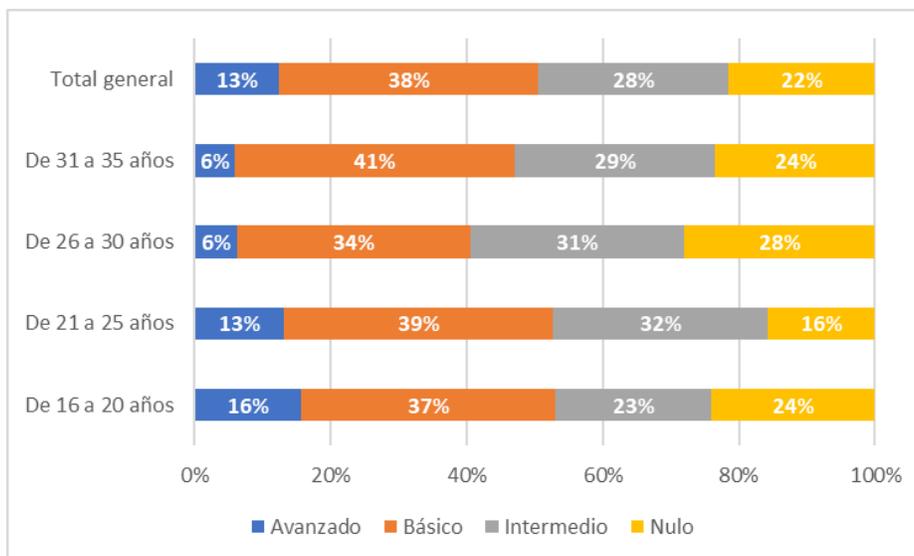
Gráfico 97. Nivel de conocimiento para realizar una transacción, comprar o pagar por una aplicación/apps



Un 39% de todos los jóvenes en El Alto no tienen ningún conocimiento sobre cómo realizar una transacción, comprar o pagar por una aplicación en internet, o tienen un conocimiento nulo. Del mismo modo, el porcentaje de conocimiento nulo llega a un 43% en los jóvenes que tienen de 16 a 20 años y nada de avanzado entre los de 31 a 35 años.

Nivel de conocimiento que tiene de las siguientes habilidades con internet: Crear documentos, hojas de cálculo, presentaciones con las aplicaciones de Google u OpenOffice

Gráfico 98. Nivel de conocimiento para crear archivos con aplicaciones de Google u OpenOffice



En general, de todos los jóvenes un 38% de los encuestados ha mencionado que su conocimiento en el manejo de herramientas del Google u open office es básico y en promedio el 22% ha mencionado que es nulo. En los diferentes grupos etario resalta también en importancia que tengan un conocimiento intermedio.

En cuanto a si ¿utilizó alguna plataforma de conectividad relacionada a la educación virtual? (Ej.: Microsoft Teams, Google Classroom, Meet, Zoom), los jóvenes de El Alto, que utilizaron internet en los últimos tres meses, un 93% han mencionado que sí han utilizado alguna plataforma de conectividad y buena parte está en jóvenes comprendidos de 16 a 25 años.

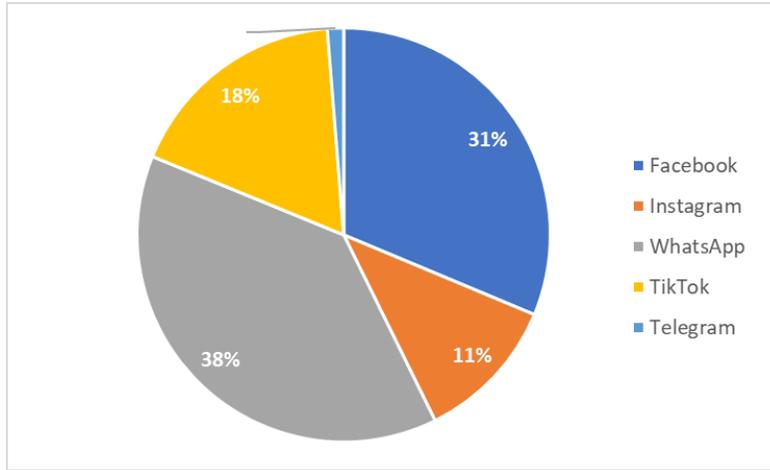
12.2. Acceso a plataformas y/o redes sociales

En relación a la pregunta ¿utilizó alguna app o plataforma de almacenamiento en línea de documentos, imágenes, música, videos y otro tipo de archivos (Ej.: Dropbox, Google Drive, SkyDrive, iCloud) ?, sólo 32% de los jóvenes encuestados mencionó que no utilizo y el 68% que sí. De los que tuvieron una respuesta afirmativa, más del 90% optó por el Google drive.

En el gráfico a continuación, sobre la pregunta, ¿Participó de alguna Red Social en Internet (Ej.: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, WhatsApp, etc.) el 91% de los jóvenes indicó que sí. Entre estos jóvenes que sí

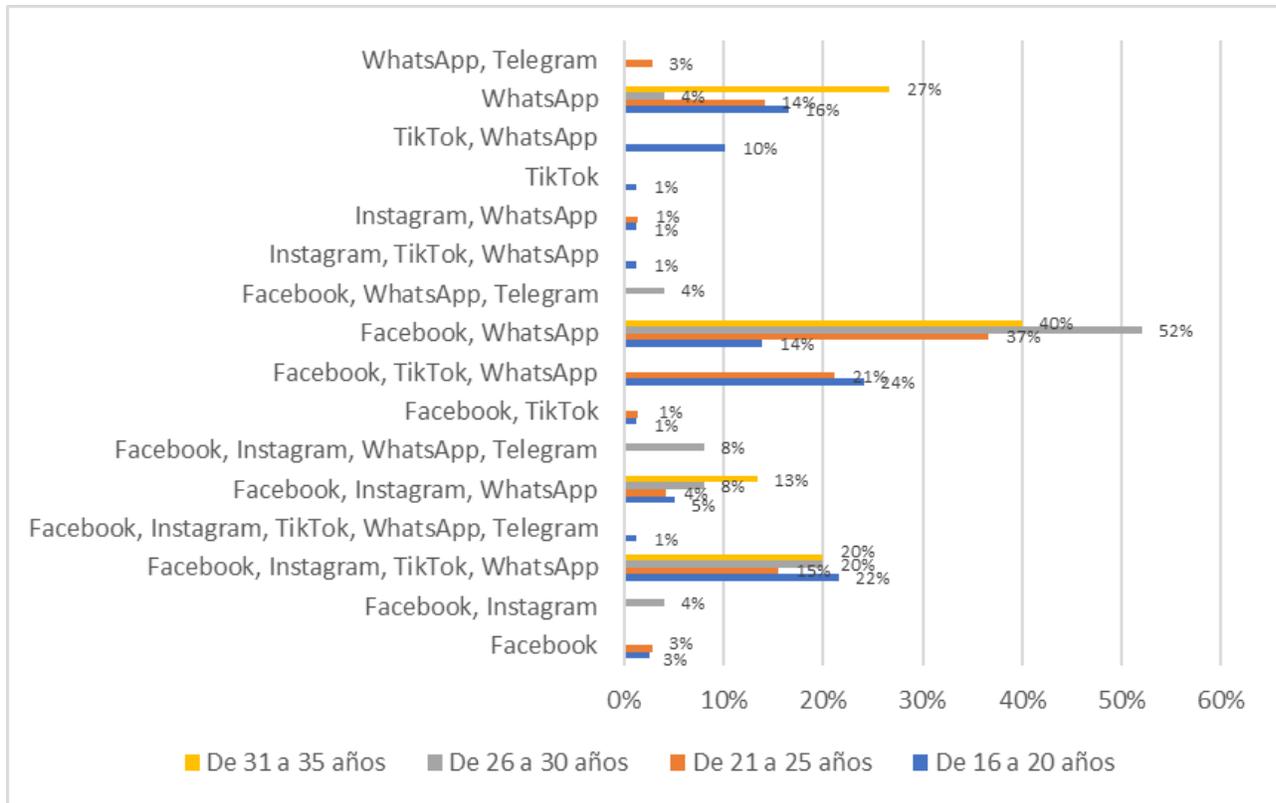
utilizan una red social, el WhatsApp tiene un mayor uso con un 38% de participación, no menos importante también es el uso de Facebook (31%).

Gráfico 99. Acceso a redes sociales



En general, también se observa que del total de los jóvenes casi el 30% utilizan simultanea y exclusivamente Facebook y WhatsApp, los jóvenes comprendidos entre 26 y 30 años con este tipo de uso alcanza a 52%, como se puede ver en el siguiente gráfico de barras.

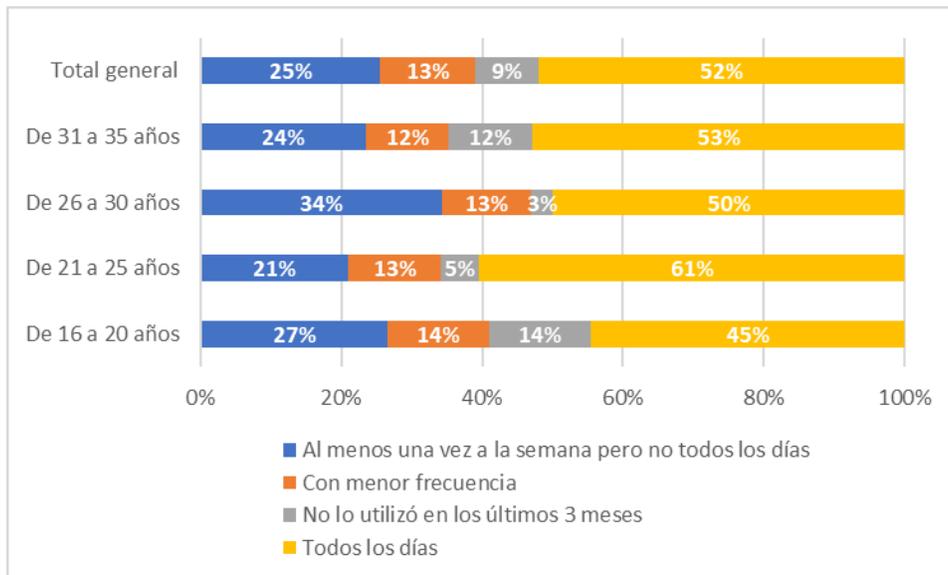
Gráfico 100: Uso de redes sociales



En cuanto a la frecuencia del uso de Facebook

En promedio el 52% de los jóvenes ha mencionado que utiliza Facebook todos los días; entre los jóvenes de 21 a 25 años utilizan 60% todos los días, mientras que entre los jóvenes de 26 a 30 años sólo un 3% no lo utilizó en los últimos 3 meses, como lo muestra el siguiente gráfico.

Gráfico 101. Frecuencia de uso de Facebook



En cuanto a la frecuencia del uso del WhatsApp

En el siguiente gráfico se observa que en El Alto el WhatsApp es utilizado todos los días ampliamente en un porcentaje del 82% para todos los jóvenes encuestados. Análogamente, los jóvenes de 26 a 30 años indicaron que lo utilizan todos los días en un 72%, pero un 25% utilizó al menos una vez a la semana, pero no todos los días.

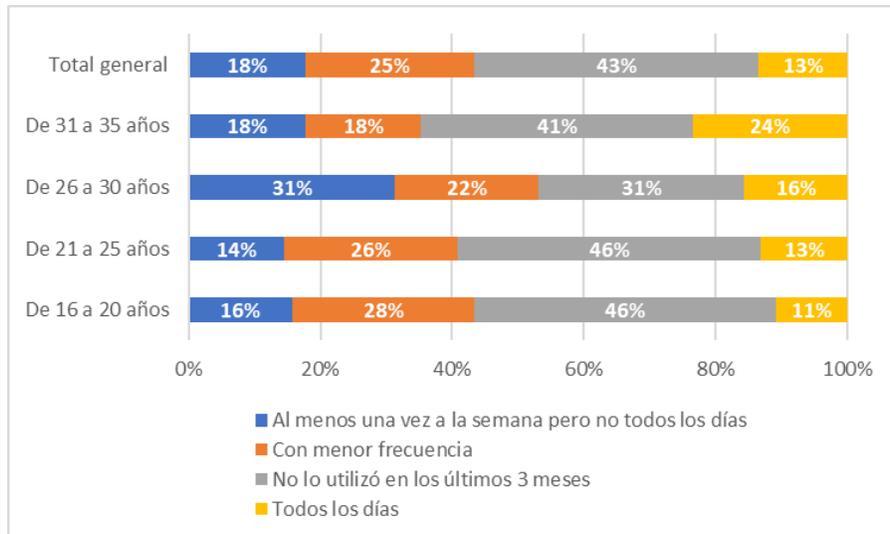
Gráfico 102. Frecuencia de uso de WhatsApp



En cuanto a la frecuencia del uso del Instagram

De acuerdo a las respuestas de todos los encuestados, en el uso de Instagram se tiene un panorama relativamente variado que se concentra más en que no lo utilizó en los últimos 3 meses (43%). Esta característica es más notoria entre los jóvenes de 16 a 20 años y de 21 a 25 años donde el porcentaje alcanza a 46%.

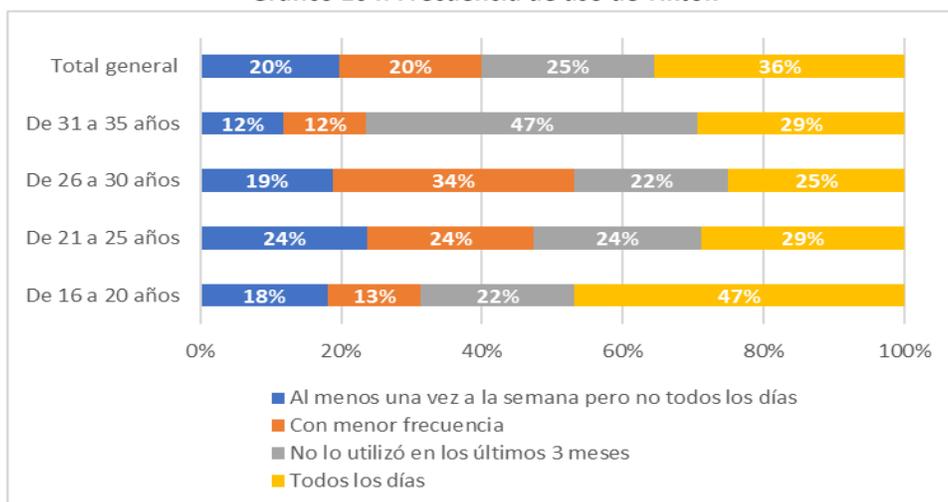
Gráfico 103. Frecuencia de uso de Instagram



En cuanto a la frecuencia del uso del TikTok

Como se muestra en el siguiente gráfico, en El Alto el TikTok es utilizado todos los días, principalmente, en grupo etario de menor edad (de 16 a 20 años). En general, un 25% no lo ha utilizado en los últimos 3 meses, la mayor parte se encuentra en los jóvenes de 31 a 35 años y representa un 47%.

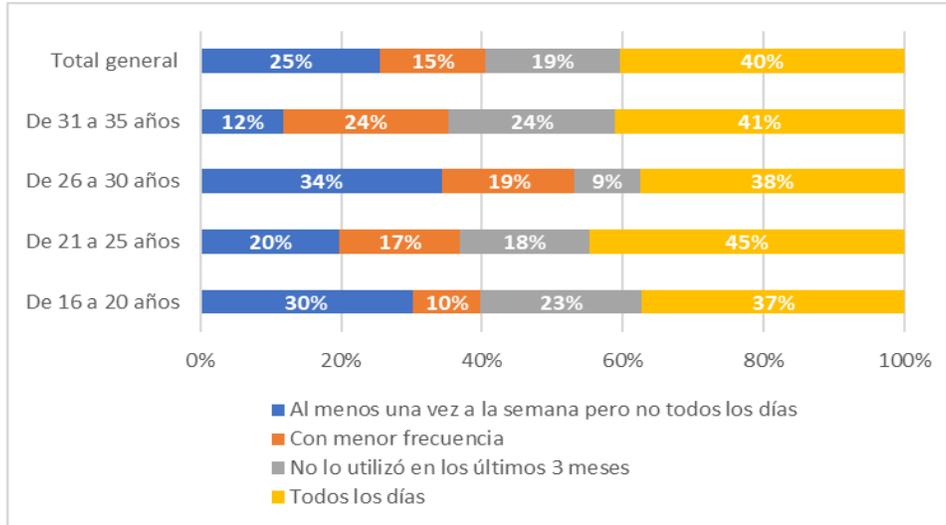
Gráfico 104. Frecuencia de uso de Tiktok



En cuanto a la frecuencia del uso del YouTube

En general, el YouTube es utilizado todos los días por los jóvenes encuestados con una frecuencia promedio del 40%; en los jóvenes de 21 a 25 años se tiene la mayor frecuencia que lo utilizan todos los días (45%). Por su parte, en los jóvenes de 31 a 35 se tiene la menor frecuencia de al menos una vez a la semana, pero no todos los días.

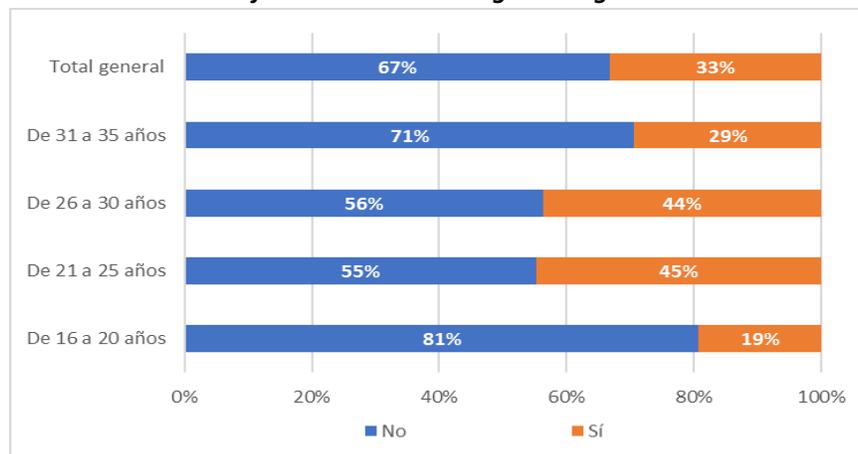
Gráfico 105. Frecuencia de uso de YouTube



Ante la pregunta: ¿Accedió a algún negocio digital a través de Internet? (Ej.: compró o vendió productos por Marketplace de Facebook, pagó servicios por Internet, etc.)

En el gráfico se observa que el 67% de los jóvenes no accedió a algún negocio digital; en este sentido, los más jóvenes con una edad de 16 a 20 años no lo hacen en un 83%, ubicándolos con mayor proporción en relación a los otros grupos etarios que también tienen una proporción importante.

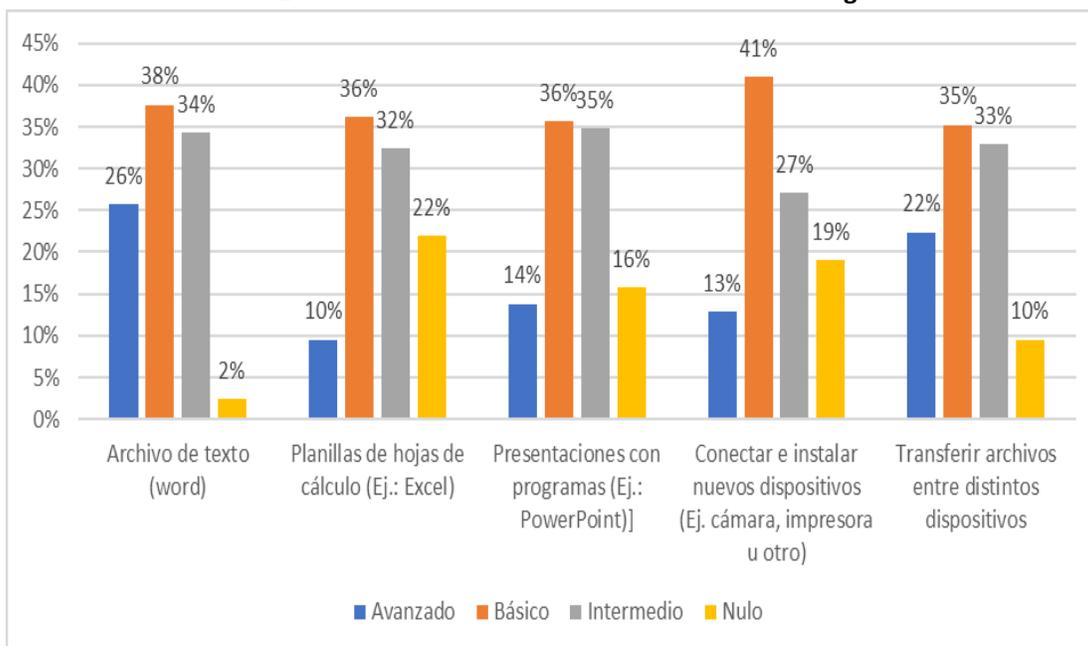
Gráfico 106. Acceso a negocios digitales



De los que sí accedieron a algún negocio digital a través de internet, casi el 50% de las compraron y pagaron en línea; así también, ordenaron o pidieron comida a través de Internet (Ej: Pedidos Ya, web de restaurantes) en un 33%.

Los jóvenes de El Alto han indicado tener nivel de conocimiento generalmente básico e intermedio sobre el manejo del Word, Excel, Power Point, instalación de nuevos dispositivos y transferencia de archivos entre distintos dispositivos (aproximadamente 60% y 70% para cada una de las características), como se puede ver en el siguiente gráfico.

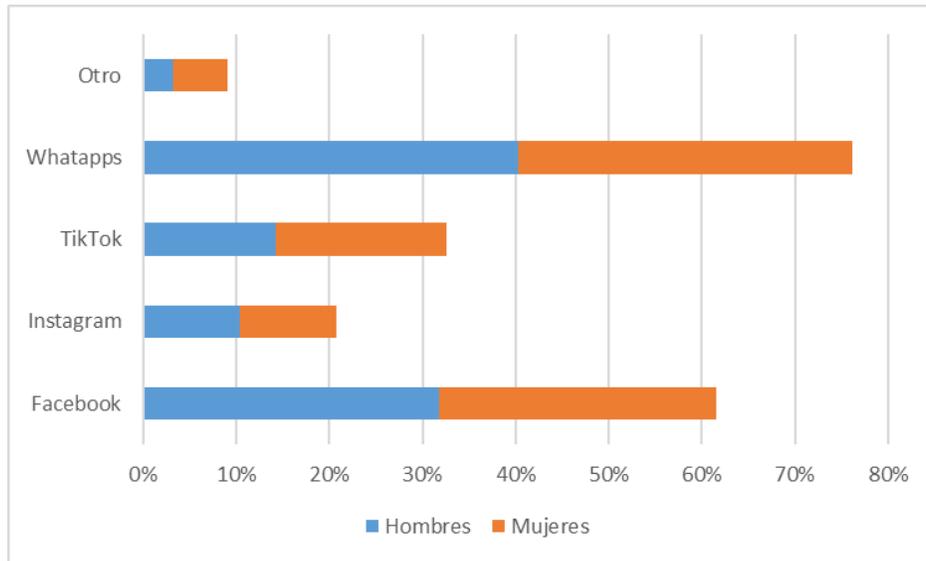
Gráfico 107. Nivel de conocimientos sobre habilidades digitales



El acceso a recursos digitales como plataformas, aplicaciones, programas y redes sociales les permite a los jóvenes (hombres y mujeres) fortalecer sus capacidades personales, destrezas laborales, convicciones empresariales y desarrollo profesional.

En el diagnóstico realizado, se ha evidenciado que los jóvenes conocen de recursos digitales, pero con limitaciones para usos eficientes pues solo han recibido capacitaciones para el desarrollo de actividades escolares o de la carrera profesional.

Gráfico 108. Nivel de conocimiento y uso de redes sociales por hombres y mujeres



En el gráfico se observa, que las mujeres hacen mayor uso de WhatsApp e Instagram desde un punto de vista porcentual, mientras que los varones utilizan Facebook y Tiktok. Los usos que hombres y mujeres les dan actualmente a las redes sociales son similares, pero cuando mencionan sus expectativas a futuro los hombres buscan fortalecer sus capacidades y conocimientos técnicos, mientras que las mujeres buscan aplicar estas herramientas en sus empleos o emprendimientos.

Capítulo III - Potosí: Llallagua, Uncía, Chayanta, Pocoata y San Pedro de Buena Vista

13 Contexto Departamental de la actividad turística, gastronómica y hotelería

13. Turismo en el Norte de Potosí

Si bien Potosí es uno de los departamentos con mayor flujo turístico del país por la presencia del Salar de Uyuni y el Parque Nacional Toro Toro, las corrientes turísticas, en especial las internacionales no llegan a todas las regiones, como es el caso de los municipios ubicados al norte.

Esta región, por su cercanía con el departamento de Oruro, se beneficia más bien de turismo nacional procedente de ese departamento, por lo que se analizarán ambos departamentos en función de entender la sinergia entre las poblaciones de Oruro, Llallagua y Uncía principalmente.

Cabe aclarar que las cifras oficiales de turismo no contemplan ciudades intermedias como Llallagua o Uncía, sólo se toma en cuenta las capitales de departamento, en este caso Potosí y Oruro, sin embargo, este dato puede servir para analizar la magnitud de las corrientes potenciales que podrían beneficiar a la zona de estudio. Por lo tanto, se presentan ambos datos:

Tabla 25. Llegada de visitantes a establecimientos de hospedaje al departamento de Oruro y Potosí, por tipo de viajero, por año 2012-2022 (en miles)

CIUDAD Y TIPO DE VIAJERO	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 ^(p)	2022 ^(p)
TOTAL	1930	2079	2146	2152	2165	2201	2160	2102	631	854	468
Nacionales	1366	1507	1559	1570	1581	1597	1553	1535	499	764	403
Extranjeros	564	572	588	582	584	604	608	566	132	90	65
Oruro	149	202	218	204	188	208	209	184	89	130	68
Nacionales	132	180	197	184	168	184	188	166	82	123	64
Extranjeros	17	22	22	20	20	23	22	18	7	7	4
Potosí	77	86	97	97	100	104	103	87	26	44	21
Nacionales	48	56	62	66	69	75	73	64	23	41	18
Extranjeros	29	30	35	31	30	29	30	22	3	2	2

(p) Preliminar

Como se observa, la ciudad de Oruro recibe mayor cantidad de visitantes que la ciudad de Potosí, pero eso se debe al turismo nacional que representa en promedio el 90%, mientras que en Potosí es del 71%. Claramente en estos datos no se incluyen las visitas a Uyuni ni al Parque Nacional Toro Toro, el flujo turístico a estos lugares puede obtenerse de las estadísticas del Servicio Nacional de Áreas Protegidas, aclarando que, en el primer caso, los datos corresponden al ingreso de turistas a la Reserva Nacional de Fauna Andina Eduardo Avaroa que está ligada al Salar de Uyuni. Considerando que algunos turistas no hacen el circuito completo de tres días, que incluye esta área protegida y realizan la visita sólo de un día, la cantidad de turistas al Salar es mayor.

Tabla 26. Áreas protegidas

ÁREA PROTEGIDA	2015	2016	2017	2018	2019
Total Bolivia	156.809	181.144	197.154	205.429	199.460
Reserva Nacional de Fauna Andina Eduardo Avaroa	120.752	133.048	139.024	152.892	143.104
Parque Nacional Toro Toro	13.189	19.979	24.994	23.475	21.358
Otras áreas protegidas del país	22.868	28.117	33.136	29.062	34.998

Fuente: SERNAP 2022

El sur de Potosí recibe el 73% de los turistas en promedio, mientras que Toro Toro, al norte recibe el 11% de los turistas. Ambas áreas son las más importantes del Sistema Nacional de Áreas Protegidas en cuanto a recepción turística. Aunque no se tienen las cifras actualizadas, lo más seguro es que el comportamiento del turismo haya seguido el patrón del resto de Bolivia con una bajada crítica en 2020 que incluyó el cierre completo de actividades y una lenta reactivación del sector a partir de 2021.

13.1.1 Potencial turístico de Llallagua

Pese a ser una población que se encuentra en el departamento de Potosí, tiene mucha relación con la ciudad de Oruro, debido a la proximidad, sólo 93,4 Km. por una carretera asfaltada. De acuerdo al inventario realizado en 2006 por el Viceministerio de Turismo, PROAGRO y GTZ, los atractivos de Llallagua se listan a continuación y en base a estos y otros atractivos se han elaborado tres rutas.

Tabla 27. Atractivos turísticos identificados en Llallagua.

ATRACTIVO	DETALLE
Museo Arqueológico y Paleontológico	Exhibición de piezas arqueológicas post Tiahuanacu e Incas de los asentamientos de Andavilque, Qala Qala y Qala Marka. Además, fósiles devonianos del orden proboscideo, especie mastodonte y del orden edentados, especie gliptodonte, otros fósiles cambrianos, devonianos y silurianos. Cuenta también con muestras minerales que sintetizan la riqueza de la zona. Se encuentra en la Casa Municipal de Cultura.
Museo "Rincón del Tinku"	Exposición de fotografías del auge de la minería, de la nacionalización de las minas y las instalaciones de los ingenios mineros. Es una colección privada que funciona en una casa particular en la que también funciona un café.
Veneros de Llallagua	Explotaciones de mineral rodado en los ríos que provienen del cerro Llallagua y Juan del Valle.

Capilla del Señor Justo Juez	Santuario ubicado en la calle Omiste, la aparición del Señor Justo Juez se remonta a 1928 – 1930. Su festividad coincide con el día de compadres el jueves antes del Carnaval.
Fiesta de la Virgen de Asunción.	Entrada folklórica realizada el 14 y 15 de agosto de todos los años. Las ceremonias se realizan en la Iglesia de la Virgen de la Asunción construida en 1928.

El Gobierno Autónomo Municipal de Llagua, a través de la Unidad de Turismo ha identificado tres rutas y los atractivos turísticos como se resume a continuación:

Tabla 28. Rutas y Atractivos

RUTA	ATRATIVOS
Etno ecoturismo –	Circuyo, Jach’ojo, Phalaucani, Monolitos naturales, hongo de piedra, caverna iglesia que incluye arte rupestre.
Siglo XX	Edif. Radio Pío XII, Mercado Artesanal, Plaza del Minero, Desmontes y Bocamina Siglo XX, Ingenio Montes, Coliseo P. Medrano, Teatro “31 de octubre”, campamento Salvadora, montaña Llagua, Estación Cancañiri y el Templo Señor de la Exaltación.
Catavi	Cementerio Llagua, Stadium Serafín Ferreira, Templo Nuestra Señora del Buen Consejo, la cabaña Tennis Club, Pulpería Catavi, Hospital Albina Patiño, Club Social, Maestranza, Ingenio Victoria, Fundación, Yacimiento arqueológico, Archivo minero COMIBOL, Teatro Simón I. Patiño, laguna artificial El Kenko, colas y arenas, Balnearios, Andavilque y Piscina 1° Mayo.

Como se observa en las rutas, los atractivos están muy ligados al pasado minero y por tanto a las comodidades que se gozaban con el auge de minerales, no es común ver teatros o campos de golf en poblaciones intermedias. Para lograr un verdadero desarrollo turístico se debe poner en valor la infraestructura minera en la que se nota el abandono y el inevitable deterioro.

13.1.2. Percepción del visitante de Llagua

Llagua no tiene flujo de turismo internacional, esto se refleja en el hecho de que no se encuentra nada en la búsqueda de Tripadvisor o alguna otra OTA, sin embargo, se tiene localización de establecimientos de hospedaje y restaurantes con los que cuenta el visitante de esta ciudad en Google Maps. En general los comentarios son de gente local y algunos turistas nacionales.

En relación a los atractivos, se ha encontrado algunos videos en Youtube de llagueños que invitan a visitar su ciudad mostrando plazas y centros mineros importantes, como su intención es lograr visitas, en general resaltan la historia y el valor que ellos le otorgan.

En el mapa de Llagua, existen 9 establecimientos de hospedaje, el puntaje máximo es 5. No se listan aquí los alojamientos que no cuentan con comentarios o que tienen 1 ó 2. Cabe mencionar que los comentarios en general son cortos y la mayoría dejó sólo su calificación. También se debe señalar que aquí se listan solo los comentarios que permiten establecer necesidades de formación, por lo que aquellos que cuentan con una palabra o con comentarios tales como “cómodo y tranquilo” no son relevantes para la determinación de estas necesidades.

Tabla 29. Puntuación, comentarios relevantes y necesidades de formación de hoteles registrados en Tripadvisor

EMPRESA	N° COMENT	PUNTAJE	COMENTARIOS RELEVANTES	NECESIDADES DE FORMACIÓN
Hotel Llallagua	76	3,5	“una habitación pequeña con baño pero sin ducha, además no proporcionan toallas ni papel, ni servicio de habitaciones ni desayuno” “La doñita se levanta tarde”	Gestión hotelera: Se nota la administración familiar del hotel.
Hotel Santa Rosa	34	3,9	“No habia agua, mala atención, pésimo”	Atención al cliente.
Hotel Colonial San Luis	22	3,5	“Es un verdadero desastre se aprovechan de uno no tiene agua luz y la gerente señora es una déspota no escuchá nada, es una vergüenza” “Pesimo lugar para el precio de 140”	Atención al cliente.
Hotel Victoria	71	4,0	“Mala atención”	Atención al cliente.
Los Andes Alojamiento	35	3,3	“Servicio muy deficiente, poca amabilidad del personal y no cumplieron con el horario de salida que teníamos acordado. Poco recomendable.” “Sucio, camas con colchón de paja, cobijas en mal estado, NO HAY UNA SOLA DUCHA EN TODO EL EDIFICIO” “cobran 5bs para darte la contraseña de wifi”	Atención al cliente. Gobernanza: Limpieza de las habitaciones. Gestión hotelera: Costeo de servicios apropiada para no tener que realizar cobros extra.
Hostal Internacional	95	3,2	“Más o menos falta limpiar las sábanas”	Gobernanza: Lavado y planchado de sábanas.

En la revisión de los comentarios, sólo uno de ellos cuenta con servicio de desayuno, lo que se constituye en una oportunidad para el desarrollo de este tipo de servicios por lo menos en los que llevan el nombre de hotel para aumentar la calidad del servicio brindado.

Existen 22 restaurantes en Llallagua, la puntuación es la misma que para los establecimientos de hospedaje. En este caso también se consignan los restaurantes que cuentan con comentarios que muestran las necesidades y experiencias de los consumidores.

Tabla 30. Comentarios relevantes y necesidades de formación en restaurantes de Llallagua

EMPRESA	N° COMENT	PUNTAJE	COMENTARIOS RELEVANTES	NECESIDADES DE FORMACIÓN
Salteñas Don Berno	34	3,9	“Buenas salteñas... la atención regular.”	Atención al cliente
Restaurant “El Rosedal”	27	3,7	“Mala atención te obligan a consumir completo cuando solo quieres segundo :(”	Atención al cliente

13.1.3. Potencial turístico Uncía

En 2006, el Viceministerio de Turismo, la GTZ y PROAGRO, publicaron un inventario de atractivos turísticos del norte de Potosí en el que se incluye la ciudad de Uncía, bajo este lineamiento la potencialidad de la ciudad se basa en los siguientes atractivos:

Tabla 31. Atractivos turísticos identificados en Uncía.

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
Luluni	Aguas termales, donde se dice que arrojaban a los apresados de las chajwas entre ayllus. En sus alrededores se observan terrazas agrícolas.
Juntuma	Aguas termales que se filtran de las rocas formando ojos de agua donde los lugareños suelen bañarse.
Planta Diesel	Primera planta eléctrica, llegó a Uncía en 1901, llegó a proveer electricidad a las poblaciones de Uncía, Catavi y Siglo XX, hoy se encuentra abandonada. Se encuentran aquí cinco grandes motores a diésel.
Socavón Patiño	Campamento minero de la empresa “La Salvadora”, en su auge este campamento fue habitado por 300 familias.
Casa Patiño	Restaurada antes de 2006 para convertirse en museo. Construcción tipo castillo estilo inglés, construida en 1899, ubicada en el campamento de Miraflores o “Villa Patiño”, fue habitado por la familia hasta 1907, posteriormente fue habitado por otras personas hasta 1986, año en que se vació el palacio por órdenes de la COMIBOL.
Ingenio Miraflores	Campamento histórico en el que se quemaron los cuerpos de mineros en la “masacre de Uncía” de 1923.
Trilobites	Yacimiento paleontológico ubicado en el cerro Colorado, propiedad del Regimiento de Infantería 21 “Illimani”
Cerro Colorado	Mirador y sitio arqueológico. Desde la cima se observa la localidad de Uncía y en sus faldas, donde se encuentra el Regimiento se encontraron restos de poblaciones precolombinas. En este cerro la comunidad despide el Carnaval, las comparsas ascienden bailando.
Estación ferroviaria	El ferrocarril se inauguró en 1921 y comunicaban Uncía con Machacamarca. Hoy se encuentra cerrada y las locomotoras: “Luzmila”, “Albina”, “Vulcano”, “Sulzer” y otras fueron trasladadas a Machacamarca en 1988.
Chullpas de Cala Cala	Sitio funerario a 10 Km. de Uncía, data de 1200 d.C., en forma de cubos de 3x3 metros en barro y paja.
Balneario Municipal de Uncía	Ubicado sobre el foco volcánico apagado a 1,5 Km. de Uncía. Cuenta con una piscina olímpica techada, piscinas medianas baños individuales y saunas. Además se ha construido el Hotel “Lak’a uta”.

Taqui y Tinku	“Encuentro de canto” Es un concurso de festival de canto, tiene la característica de que los participantes utilizan instrumentos fabricados por ellos mismos respondiendo a los típicos cánticos de mujeres en el estilo de Luzmila Carpio. Se realiza en Semana Santa y otras fiestas del calendario agrícola.
---------------	---

Percepción del consumidor de servicios en Uncía:

En la localidad de Uncía no existen alojamientos, tal vez se deba a la cercanía con Llagueta o a que no existe demanda para ese tipo de establecimiento. Lo que si se puede encontrar son restaurantes, 12 georeferenciados en Google Maps. Se analizan las calificaciones obtenidas por las diferentes empresas gastronómicas de la ciudad:

Tabla 32. Puntuación y observaciones a restaurantes de Uncía

EMPRESA	Nº COMENTARIOS	PUNTAJE	CLASIFICACIÓN DE COMENTARIOS		OBSERVACIONES
			5	4	
Chicharronería Marujita	30	4,3	5 4 3 1	17 6 4 3	Sólo atiende domingos, la mayoría de los comentarios hablan del buen sabor y buena atención.
Restaurante Pensión Diony	12	3,6	5 4 3 1	5 3 1 3	Los comentarios mencionan un menú variado y buena atención.
Pensión Doña Choca	1	5,0	5	1	No hay comentarios
Restaurant Bella Vista	6	3,2	5 4 3 2 1	1 2 1 1 1	Habla de la comida, variedad de bebidas y espacio acogedor
Super Restaurant Magin Buu	3	5,0	5	3	El único comentario escrito es publicidad de un taller de llaves.
Helados Soft	1	3,0	3	1	No hay comentarios
Snack Pollos El Campeón	5	2,6	5 4 2 1	1 1 1 2	Los comentarios mencionan la comida exquisita.

Los restaurantes que no aparecen aquí no tienen ni calificación ni comentarios.

Al no tener una demanda marcada de turismo, no se hace necesaria la implementación de servicios de hospedaje y la gastronomía satisface la demanda de la población local, sin embargo, eso no significa que no se pueda implementar mejoras en estos establecimientos para que puedan abrirse al mercado nacional.

13.1.4. Potencial turístico: Pocoata

Del aymara Pokat'a que significa abundancia, prosperidad y fertilidad, se caracteriza por su vocación agrícola más que por la vocación turística. Los atractivos inventariados son:

Tabla 33. Atractivos turísticos identificados en Pocoata

ATRACTIVO	DETALLES
Iglesia de San Juan Bautista	Declarada Monumento Nacional por su belleza, de estilo neoclásico con elementos barrocos.
Artesanía e instrumentos musicales	Los artesanos se dedican a la fabricación de charangos de álamo a mano de manera tradicional. Además fabrican pinquillos, cankatas y anatas, todos ellos pueden ser adquiridos de la feria semanal.
Chullpa Rancho (Huancarani)	Conjunto arqueológico en mal estado de conservación por el paso del tiempo o la depredación. Existen restos de cerámica, material lítico y restos humanos
Chullpas en Caramachi	Conjunto funerario de chullpas de piedra algunas destrozadas y algunas de pie.
Fiesta de Pascua (Tinku de niños y mujeres)	Encuentro que se realiza el viernes santo, cuando se reúnen niños y mujeres cerca de la plaza principal en la noche. La gente forma un círculo y se eligen niños por el tamaño y la edad y animan su pelea hasta que se para por pedido de los contrincantes o del público.
Chullpas subterráneas Corahuisa	Conjunto funerario dentro de una cámara subterránea, es posible que tengan cámaras interiores y plantas inferiores. Se encontraron restos óseos fuera de las chullpas. No ha sido estudiados.

Pocoata por sí misma no es capaz de generar flujos turísticos ni siquiera a nivel nacional, pero podría integrarse a algunos otros en la región como Colquechaca y Macha, pero previamente debería realizarse investigación, inventariación y catalogación de los restos arqueológicos para conservar el patrimonio cultural de la zona.

Percepción de los consumidores de servicios de Pocoata

No existen establecimientos de hospedaje, se tienen 2 restaurantes georeferenciados: Broastería y Limber, este último tiene una sola reseña con calificación de 1, sin comentario.

Tanto la potencialidad descrita arriba como el registro de los establecimientos muestra que el desarrollo de servicios es incipiente aún para el turismo local que podría producirse en la zona en fechas especiales.

13.1.5. Potencialidad turística Chayanta

El nombre de Chayanta bien de Challa Hanta, casa sobre arena, es una población colonial. Al igual que Pocoata, tiene mayor vocación agrícola que turística, sin embargo, tiene atractivos interesantes de destacar:

Tabla 34. Atractivos turísticos identificados en Chayanta

ATRACTIVO	DETALLES
Iglesia de Chayanta	Iglesia de estilo neoclásico con portal de arco de medio punto, en el interior destaca el retablo y la pila bautismal. Cuenta también con una “capilla Miserere” para la misa a los muertos.
Acueducto de Chayanta	Elaborado en piedra en el tiempo de la colonia para el transporte de agua a la comunidad de Chayanta.
Iglesia de Amaya Pampa	Arquitectura colonial, conserva una torre con una campana de 40 centímetros de alto, en el interior un retablo revestido de pan de oro estilo barroco mestizo, data de 1665. Los santos patronos son el Señor de Saya Menor y el de Saya Mayor solo los visten para la fiesta el 1° de mayo.
Vestimenta del Señor de Saya	Vestuario de plata pura con enchapes de oro, en total 37 piezas de plata para el Señor de Saya menor y 42 piezas en el vestido del Señor de Saya Mayor.
Iglesia de Aymaya	Fachada de estilo republicano, construida en 1919, al interior un retablo de cuatro columnas y una pila bautismal tallada en piedra.
Chullpares	Conjunto con cuatro chullpares, tres en buen estado de conservación y uno deteriorado, tienen una altura de 1,80 de alo y 3 metros de ancho, están contruidos en adobe.
Textiles Coataca - Irupata	Grupos de mujeres que se dedican al arte textil con fibras naturales y sintéticas. Los textiles tienen su propia iconografía y son utilizados para challas o ritos a los Achachilas y Pachamama.
Mina Amaya Pampa	Vestigios del primer campamento para la explotación del oro, este lugar dio origen al cuento de “Rumy Tambo”.
Aguas termales	A 45 km. de Chayanta en un lugar agradable con árboles y arbustos, el río de aguas termales es templado.

La población de Chayanta no podría producir flujos turísticos por si sola, por lo que debería estar acompañada de otros atractivos en la zona para insertarse en la cadena de valor del turismo. Por este mismo hecho es que sus servicios son limitados.

13.1.6. Potencial turístico de San Pedro de Buena Vista

Es una población ganadera que le saca partido a la tenencia de toros y organiza un evento denominado “Toro Tinkuy” que es el atractivo estrella para esta localidad. Tanto en Youtube, como en tik tok y en redes como Facebook e Instagram se puede encontrar imágenes de esta fiesta.

Otra ventaja que tiene la localidad es su cercanía con Toro Toro y la ciudad de Cochabamba, lo que le permite mayor articulación con el mercado turístico, agrícola y ganadero. La riqueza cultural y natural está presente en los atractivos inventariados en 2006.

Tabla 35. Atractivos turísticos identificados en San Pedro de Buena Vista

ATRACTIVO	DETALLE
Iglesia de San Pedro y San Pablo	Fachada con elementos clásicos, barrocos y neoclásicos, fue construida en la colonia en 1592 clasificada como renacentista.
Aguas calientes	Aguas termales
Chullpa K'asa	Restos arqueológicos en el cerro Characayo, sólo queda en pie una chullpa circular construida con piedras rematada en forma ovoide.
Dinosaurio de San Pedro	Figura que se recorta en la montaña, dando la impresión de un dinosaurio que duerme. Aquí también se encuentra un lugar denominado "Supay Hayco" donde se cree que está encerrado el diablo.
Iglesia de San Marcos	Iglesia colonial en ruinas, en esta iglesia se fundieron las campanas de varias iglesias de la región.
Toro Tinkuy	La fiesta más importante de San Pedro se realiza en la Pascua de Semana Santa, consiste en pelea de toros para lo cual llegan ejemplares de toda la región que han sido preparados todo el año para este evento.
Hacienda Acicuri	Hacienda de arquitectura colonial de estilo barroco mestizo, es la construcción más representativa de la región por su buena conservación.
Laguna Vilacota	Laguna colorada debido a su contenido en hierro. Es un mirador natural que domina todo el panorama de la región. Cuentan que en noches de luna llena puede verse una hermosa ciudad en la profundidad de la laguna.
Cayastía	Formación pétreo que asemeja una tropa de sapos. Cuenta la leyenda que esta tropa de sapos debería luchar una batalla.
Llama runa	Formación pétreo que asemejan una llama y su llamero
Pucara	Restos arqueológicos funerarios, se encontró la tumba de un personaje importante con objetos valiosos como un cinturón de oro. Sepulturas de forma circular rematadas en cúpula.
Jatun Jila	Cavernas que cobijan murciélagos, la más grande se denomina Caverna del Cóndor y la Chiñicueva que es la más pequeña.
Bosque de queñuas	Área de bosques nativos de la especie Polyepis habita entre 2.800 y 4.800 m.s.n.m.

Lamentablemente la región no tiene una buena comunicación vial entre las poblaciones cercanas y los atractivos, lo que limita el desarrollo turístico de la región. Sin embargo, la costumbre del Toro Tinkuy brinda posibilidades de generar turismo en el área.

No **existe** registro de hoteles y restaurantes en esta localidad, pese a que en el documento del Viceministerio de Turismo, PROAGRO y GTZ señalan que la sede social del Barrio 9 de Agosto tiene capacidad para albergar a 65 cama, lo que puede asegurar la posibilidad de cubrir la demanda turística en fechas clave.

13.1.7. Potencialidad turística del área

El norte Potosí destaca por algunas características que contribuyen a generar rutas turísticas temáticas: la historia minera, la agricultura y las aguas termales. Las rutas pueden integrarse a centros turísticos cercanos como Oruro y Cochabamba creando circuitos interesantes para turismo nacional principalmente.

Tabla 36. Rutas Potenciales en Llallagua, Uncía, Pocoata, Chayanta y San Pedro de Buena Vista

RUTAS POTENCIALES	LOCALIDAD	ATRACTIVO
Historia de la minería del estaño	Llallagua	Museo arqueológico – paleontológico Museo Rincón del Tinku Veneros de Llallagua Rutas: Siglo XX y Catavi en su totalidad.
	Uncía	Planta Diesel, Socavón Patiño Casa Patiño Ingenio Miraflores Estación ferroviaria.
Ruta Arqueológica y paleontológica	Llallagua	Museo Arqueológico y Paleontológico Ruta etno – ecoturismo completa
	Uncía	Trilobites Cerro Colorado Chullpas de Cala Cala
	Pocoata	Chullpa Rancho Chullpas Caramachi Chullpas subterráneas Corahuisa
	Chayanta	Chullpares
	San Pedro de Buena Vista	Chullpa K’asa Pucara
Iglesias coloniales	Pocoata	Iglesia de San Juan Bautista
	Chayanta	Iglesia de Chayanta Iglesia de Amaya Pampa Acueducto de Chayanta
	San Pedro de Buena Vista	Iglesia de San Pedro y San Pablo Iglesia de San Marcos Hacienda Acicuri
Agroturismo Basado en el potencial agrícola, integrando fiestas del calendario agrícola	Uncía	Taqui y Tinku
	Pocoata	Artesanías e instrumentos musicales Fiesta de pascua – Tinku de niños y mujeres
	San Pedro de Buena Vista	“Toro Tinkuy”
Aguas termales: Requiere infraestructura y son complemento de otras rutas temáticas.	Llallagua	Piscina 1° de Mayo Balnearios
	Uncía	Luluni Juntuma Balneario Municipal de Uncía
	Chayanta	Aguas termales a 45 km.
	San Pedro de Buena Vista	Aguas calientes.

Necesidades de formación del área:

Al no existir flujos de turismo regular a Pocoata, Chayanta y San Pedro de Buena Vista no existen percepciones sobre el servicio que brindan los restaurantes y alojamientos, esto representa en sí una oportunidad, ya que se pueden generar servicios que brinden desde un principio buena calidad. Esto debería ir paralelamente al desarrollo de turismo comunitario trabajado con municipios y comunidades, lo que podría impulsar la

construcción de infraestructura mínima, señalización y principalmente la investigación y conservación de restos paleontológicos y arqueológicos del área.

Por tanto, a partir de las potencialidades identificadas para el área no solo es conveniente la formación de prestadores de servicios gastronómicos y hoteleros, es también importante la formación de guías locales y custodios del patrimonio local para poner en valor toda la riqueza cultural.

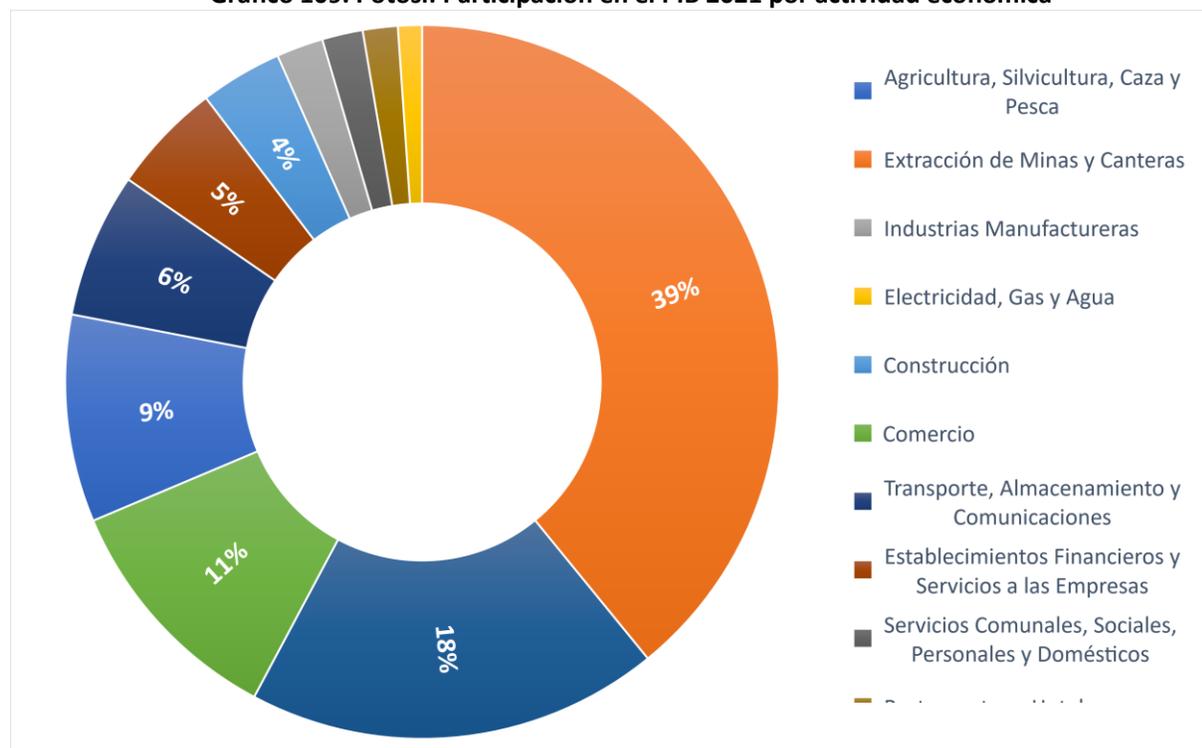
Las manifestaciones del tinku en la zona también merecen la formación de intérpretes culturales que permitan al turista entender este tipo de rituales. Si bien el turista nacional tiene cierto grado de entendimiento respecto a esta fiesta, no está demás seguir ahondando en el aspecto cultural de la misma. Especialmente en lo que refiere al “Toro Tinkuy” y la tendencia de protección animal que se ha exacerbado en el último tiempo.

14 CONTEXTO DE LOS JOVENES EN EL AREA DE INTERVENCION

14.1. Características Generales

La actividad económica principal en Potosí es la actividad minera, la Extracción de Minas y Canteras. Esta actividad representa el 39% del PIB departamental y le sigue en importancia los Servicios de la Administración Pública, con una participación del 18%; y como en Tarija y La Paz la actividad de Turismo y Hotelería su participación es baja (2% de participación). Para el 2021, el PIB per cápita de Potosí es de 3.027 dólares americanos con una población de 907.686 habitantes.

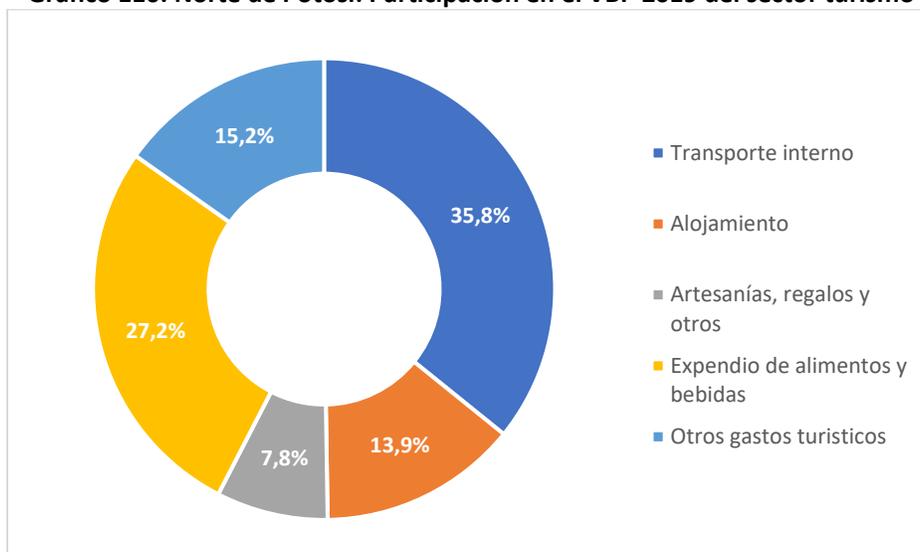
Gráfico 109. Potosí: Participación en el PIB 2021 por actividad económica



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

De acuerdo al MCEP-BDP, 2019, para el grupo de municipios del Norte de Potosí, de los cuales se cuenta con información (Llallagua, Pocoata, San Pedro de Buena Vista y Uncía), la actividad del turismo el Valor Bruto de Producción (VBP), con actividades productivas seleccionadas para el mismo, está alrededor de 96.8 MMBs., con mayor participación de Transporte (35.8%), le sigue en importancia con un 27.2% el Expendio de alimentos y bebidas.

Gráfico 110. Norte de Potosí: Participación en el VBP 2019 del sector turismo



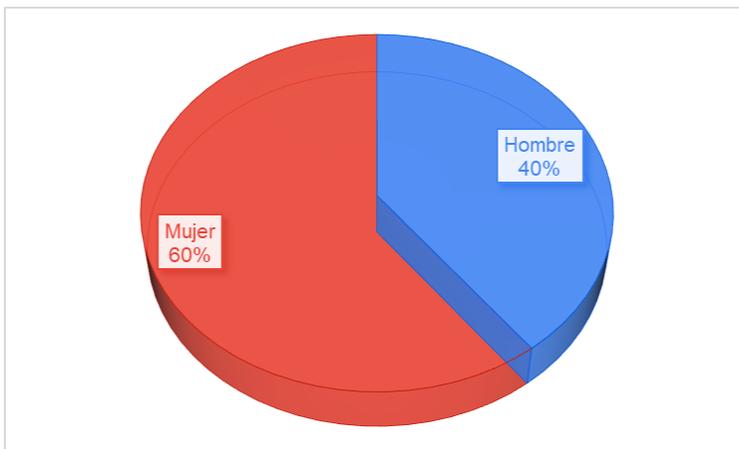
De acuerdo al Atlas Municipal de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Bolivia 2020 (AMODS, 2020), en promedio los municipios del Norte de Potosí tienen un 77.2% de las viviendas en situación de pobreza estructural. Esta situación es mayor en los municipios de San Pedro de Buena Vista (90%) y Chayanta (88%). En relación a índice municipal de desarrollo sostenible, Llallagua es el que se encuentra en mejor situación ocupando el lugar 44 de 338 municipio y San Pedro de Buena Vista ocupa el último lugar.

14.2. Perfil socioeconómico⁴

El grupo que fue encuestado para el desarrollo del estudio socioeconómico estuvo compuesto por el 60% de mujeres y el 40% de varones. Se ha buscado que la edad y procedencia de las personas encuestadas permitan desarrollar los diferentes tipos de análisis.

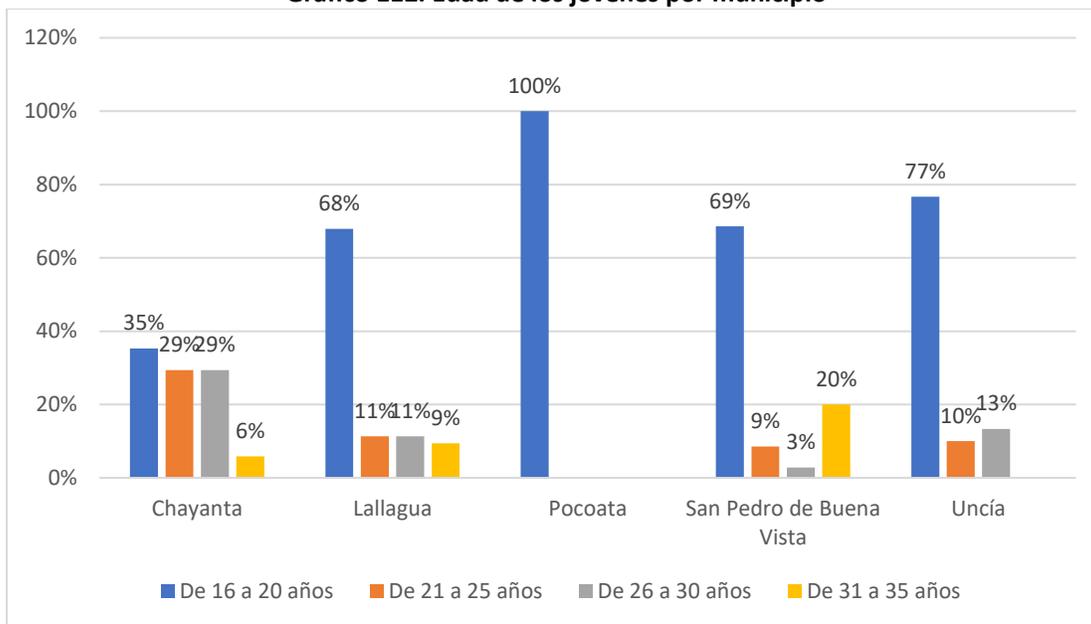
⁴ Para obtener los datos se realizó un muestreo no probabilístico y el cálculo del tamaño de la muestra consideró una población finita para respaldar la cobertura en los municipios sujetos a intervención. La confiabilidad de la muestra fue del 95%, y tiene un error estándar de: $\pm 7,51\%$.

Gráfico 111. Participación de hombres y mujeres



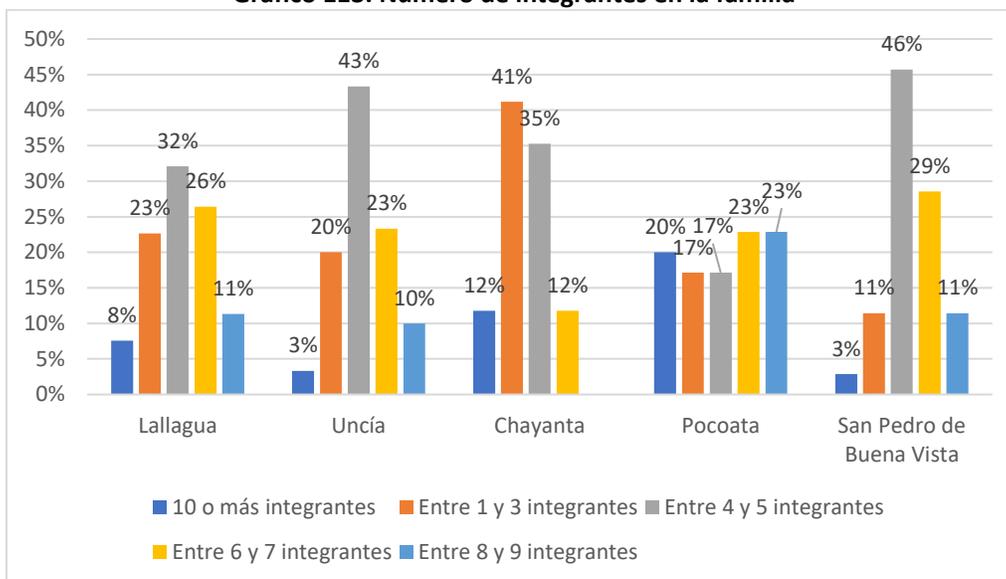
Como en los otros municipios, la Investigación obtuvo información de jóvenes comprendidos entre las edades de 16 y 35 años. En general, el 73% de los jóvenes encuestados corresponden a la edad de 16 a 20 años, en Pocoata los encuestados con esta edad suman el 100%. Por su parte, si bien el municipio de Chayanta tiene menor número de personas encuestadas, es el que tiene mejor distribución de edad.

Gráfico 112. Edad de los jóvenes por municipio



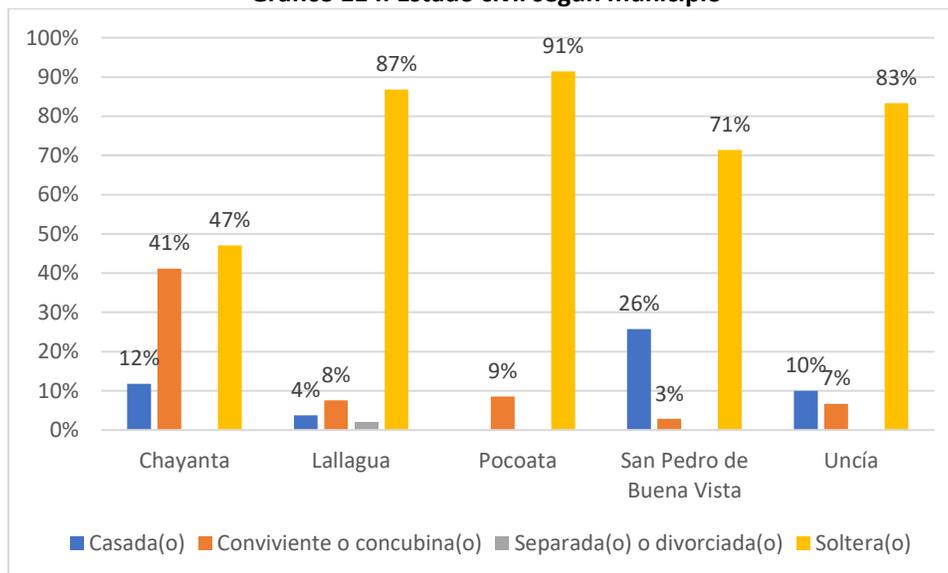
En los municipios estudiados de Potosí, los jóvenes en un 34% tienen familias de 4 a 5 integrantes, en San Pedro de Buena Vista se tiene 46%, Uncía 43% y Lallagua 32% y 45% tienen más de 5 integrantes, exponiendo de esta forma mayores necesidades en el entorno familiar. Por su parte, los jóvenes en Chayanta indicaron tener entre 1 a 3 integrantes en un 41% y sólo 24% más de 5 integrantes.

Gráfico 113. Número de integrantes en la familia



En cuanto al estado civil de los jóvenes, se tiene una marcada participación de quienes son solteros, porque la mayor parte de jóvenes son de 16 a 20 años. En este sentido, en la muestra los municipios de Lallagua, Pocoata, San Pedro de Buena Vista y Uncía tienen los mayores porcentajes con esta característica (87%, 91%, 71% y 83% respectivamente). Sólo en Chayanta sobresale la relación de conviviente con un 41%.

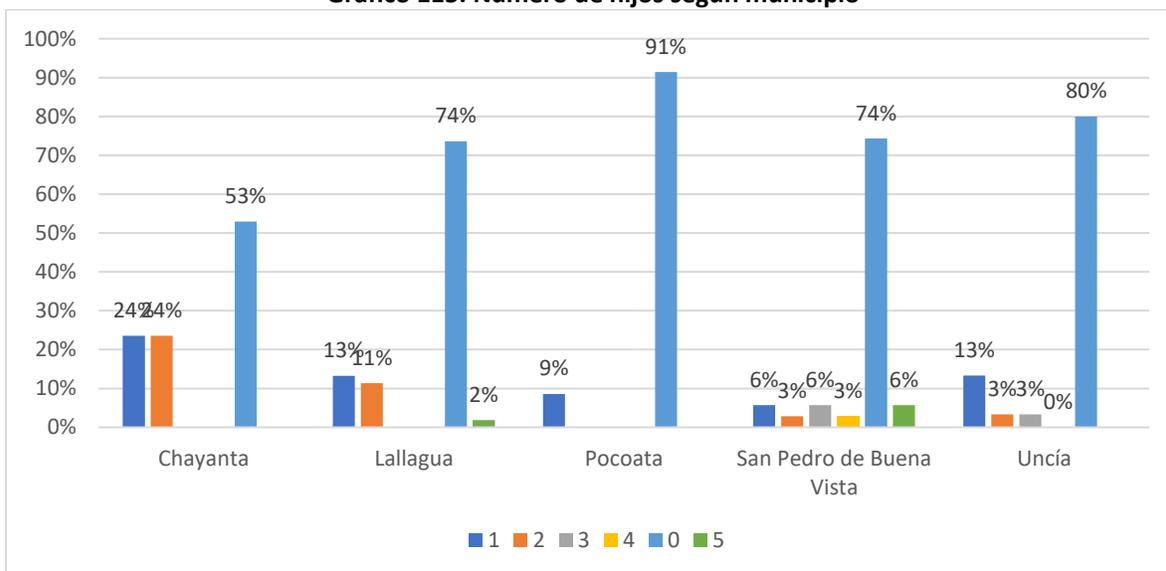
Gráfico 114. Estado civil según municipio



Los jóvenes en los municipios estudiados de Potosí no tienen hijos en un 76%, esto conforme al mayor porcentaje que han indicado ser solteros, los que tienen un hijo representan sólo un 12%. Se ha podido ver

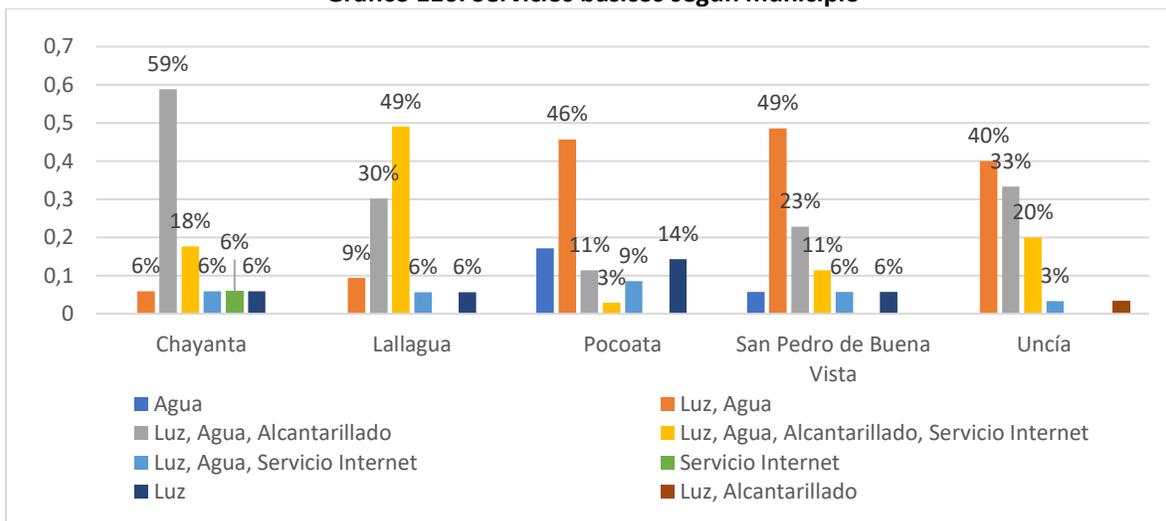
que hay jóvenes que han llegado a tener más de dos hijos, pero el porcentaje es consecuentemente más reducido.

Gráfico 115. Número de hijos según municipio



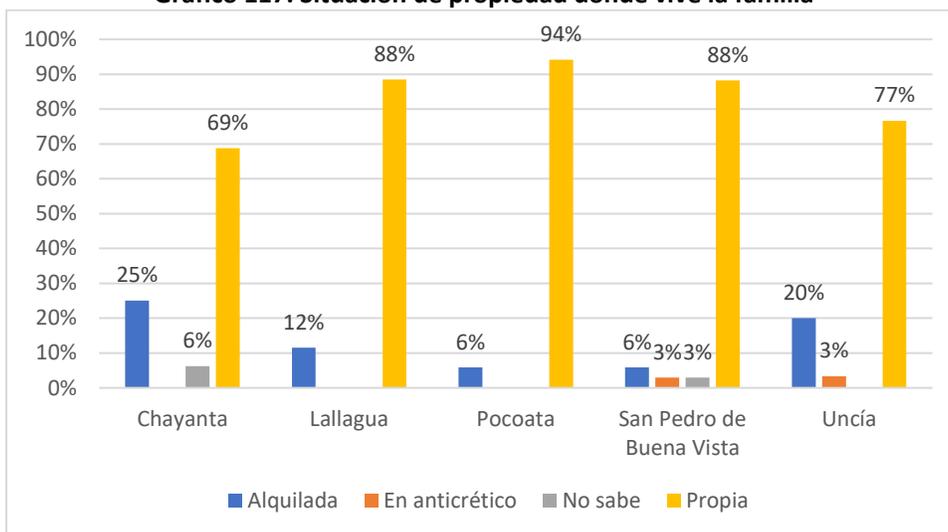
De acuerdo a la información proporcionada por los jóvenes encuestados el municipio con mejores condiciones de servicios básicos es Lallagua, un 49% cuenta con los 4 servicios, no menos importante es que en Chayanta el 59% cuenta con luz, agua y alcantarillado. En San Pedro de Buena Vista, Pocoata y Uncía indicaron que sólo cuentan con Luz y Agua un 49%, 46% y 40% respectivamente.

Gráfico 116. Servicios básicos según municipio



En general, en los municipios de Potosí 86% de los jóvenes indicaron que la vivienda donde actualmente viven es de propiedad de su familia, lo cual es favorable. También se puede observar que un 12% vive en una situación donde la familia paga un alquiler, lo que representa un gasto periódico mes a mes, esto se ve más en Chayanta y Uncía con porcentajes de 25% y 20% respectivamente.

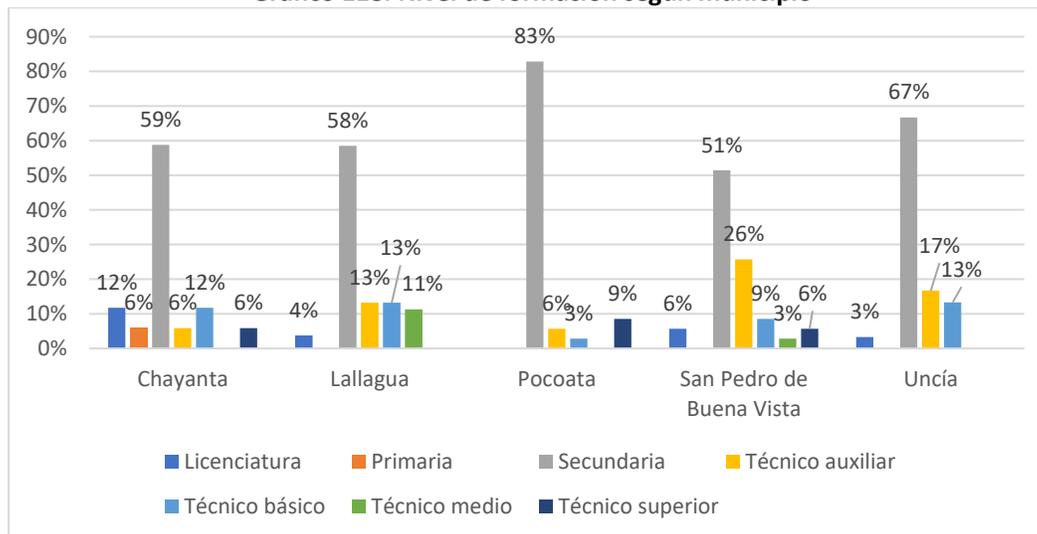
Gráfico 117. Situación de propiedad donde vive la familia



14.3. Nivel de educación

El 63.5% de los jóvenes en los municipios de Potosí tiene una educación a nivel secundario, que guarda relación con la edad que tienen. El siguiente nivel de formación con mayor proporción corresponden a jóvenes que tienen un nivel de formación de técnico auxiliar (14%), esto se ve principalmente en San Pedro de Buena Vista y Uncía.

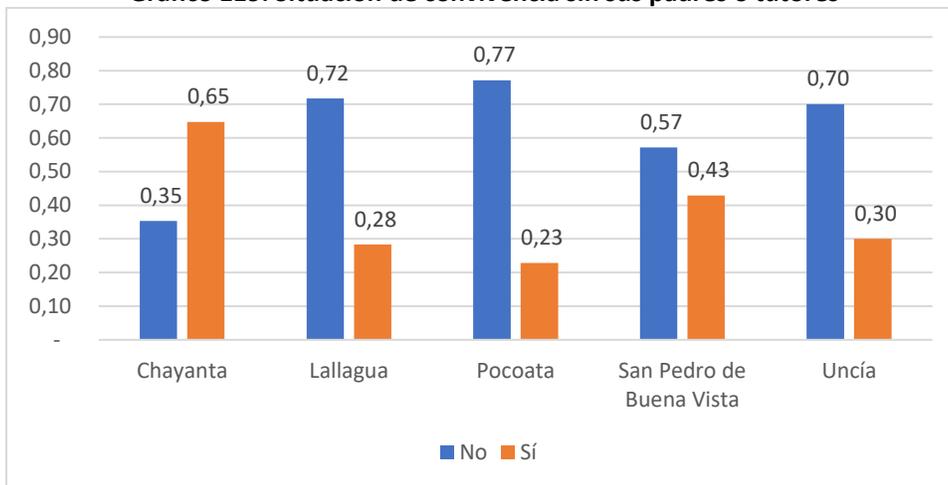
Gráfico 118. Nivel de formación según municipio



En Chayanta se puede ver en los jóvenes encuestados que la mayoría de ellos viven sin sus padres o tutores, a diferencia del resto de municipios estudiados, aunque en San Pedro de Buena Vista casi está alrededor del

50%. Los motivos por los que los jóvenes en Chayanta no viven con sus padres o tutores es porque se casaron o se juntaron con su pareja y en los otros municipios porque se trasladaron por motivo de estudios.

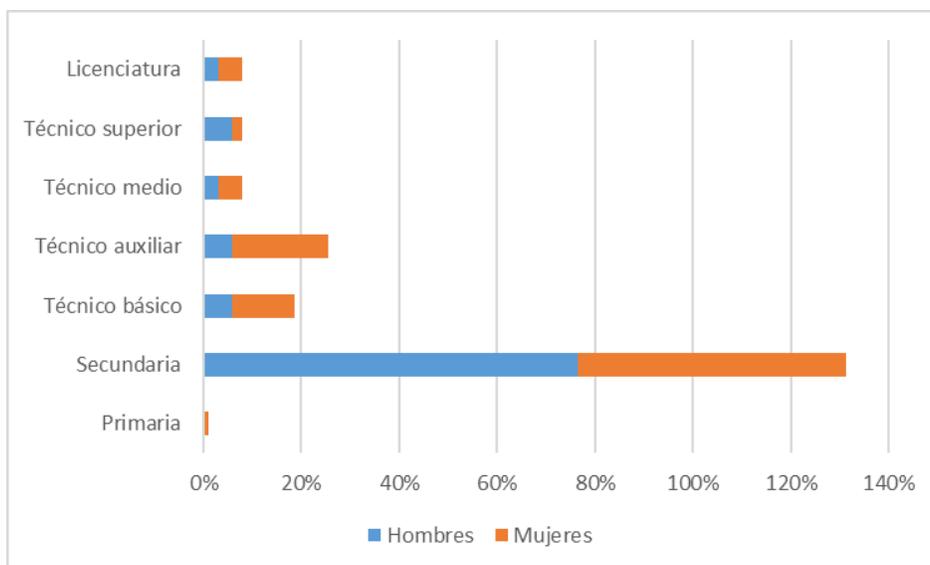
Gráfico 119. Situación de convivencia sin sus padres o tutores



Cuando se analiza desde la perspectiva de género, se observa que las mujeres tienen mayor acceso a nivel secundario y técnico auxiliar, debido a la apertura de las unidades educativas y los Centros de Educación Alternativa. Los varones tienen mayor acceso a concluir la formación profesional en los demás niveles.

Este resultado se sustenta en que mujeres y hombres tienen diferencias al momento de tomar decisiones, por disponibilidad de tiempo, responsabilidades personales, inversión económica y paradigmas sociales y culturales que definen el acceso a la educación.

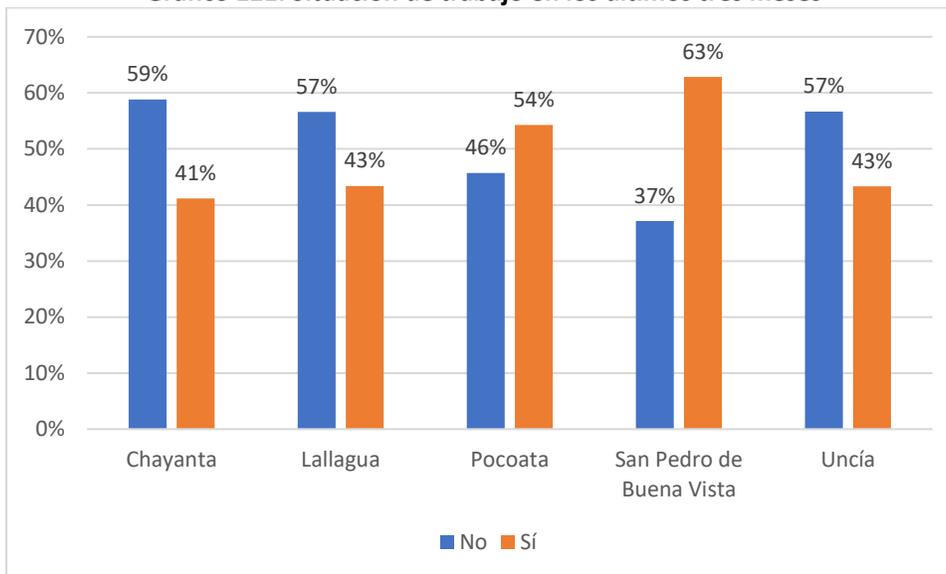
Gráfico 120. Acceso a la educación por género



14.4. Generación de ingresos

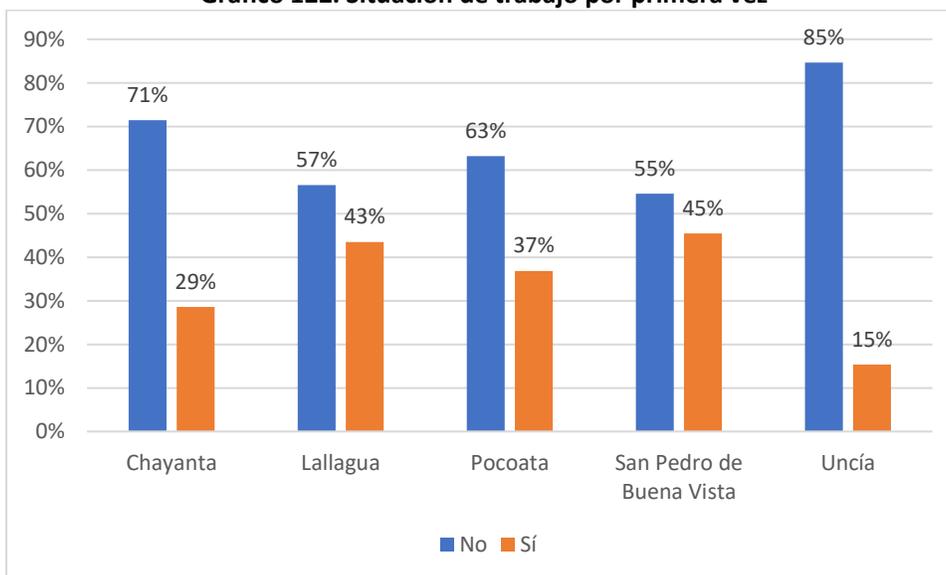
En los municipios de Pocoata y San Pedro de Buena Vista la mayor parte de los jóvenes han trabajado en los últimos tres meses, a diferencia de Chayanta, Lallagua y Uncía. En relación a la edad de los jóvenes que sí han trabajado, esta se concentra más en la edad de 16 a 20 años. Se puede destacar que, la mayor parte de estos trabajos corresponden a la actividad agrícola y de construcción.

Gráfico 121. Situación de trabajo en los últimos tres meses



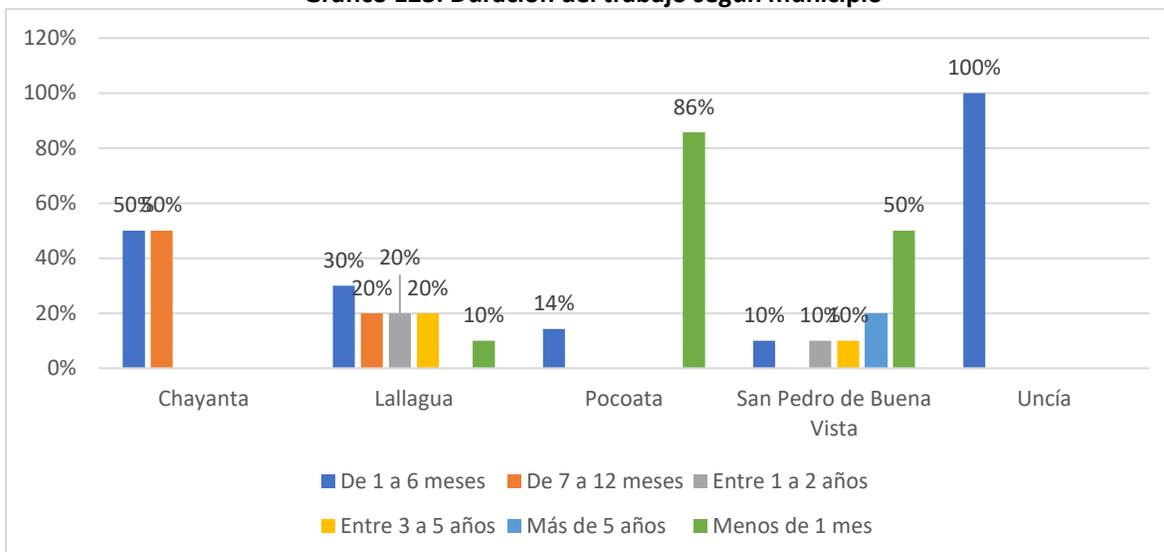
Para el 37% de los jóvenes que trabajan fue su primera vez. En Uncía este porcentaje llega al 15%. Quienes han tenido más de un trabajo es la mayor parte, los jóvenes que indicaron que no fue la primera vez representa el otro 63%.

Gráfico 122. Situación de trabajo por primera vez



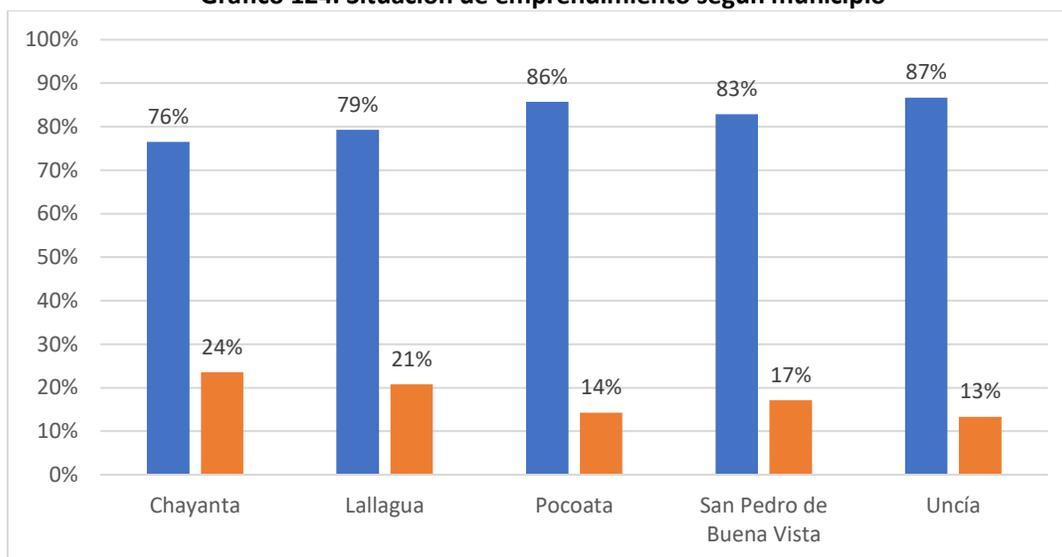
La duración del trabajo de los jóvenes que si han trabajado por primera vez se concentra en un periodo de tiempo corto, 38.7% menos de un mes, estos casos se pueden ver en los municipios de Pocoata y San Pedro de Buena Vista y 25.8% de 1 a 6 meses, principalmente en Uncía y Chayanta.

Gráfico 123. Duración del trabajo según municipio



No es frecuente en los jóvenes de los municipios de Potosí que cuenten con un emprendimiento. De forma proporcional, de los jóvenes de Chayanta un 24% ha indicado que sí tienen un emprendimiento y este tiene que ver con gastronomía, sigue en importancia Lallagua con un 21% y principalmente tienen que ver con gastronomía también.

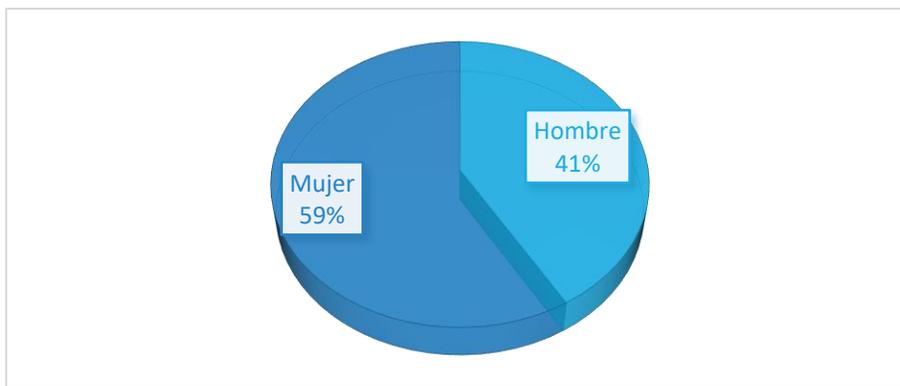
Gráfico 124. Situación de emprendimiento según municipio



El acceso a empleo es diferenciado para hombres y mujeres en el norte potosino, pero se observa que las mujeres han tenido mayores oportunidades debido a que se dedican a actividades relacionadas a la artesanía, confecciones y gastronomía. Mientras que los varones se dedican a la minería, electricidad y construcción.

Hombres y mujeres indican que cuentan con trabajos que cumplen las condiciones laborales y sus salarios son justos. Un aspecto importante de análisis también es que el tiempo que las mujeres disponen para el trabajo es de 1 a 4 horas diarias, es decir media jornada, mientras que los varones pueden prestar sus servicios en jornadas completas.

Gráfico 125. Acceso a empleo por género



15. OPORTUNIDADES DE FORMACION DESDE UN PUNTO DE VISTA SISTEMICO

15.1. Relación transaccional, servicios de apoyo y actores

En el siguiente esquema se visualiza la relación transaccional entre demanda de formación y oferta de formación, así como los actores que intervienen y los servicios de apoyo que facilitan el encuentro.

Los Centros de Educación Alternativa, se encuentran bajo el paraguas de la normativa del Viceministerio de Educación Alternativa Especial; cuentan con una reglamentación y con resoluciones ministeriales que son emitidas cada año donde se define la planificación anual, la programación y organización.

En cuanto al marco normativo de la formación del área técnica de turismo, se destaca el documento denominado: Planes y Programas del Área Técnica y Productiva de Turismo, emitido por el Viceministerio de Educación Alternativa Especial – Dirección General de Educación de Adultos, documento que establece como objetivo general del área técnica de turismo, el de fortalecer las capacidades, destrezas, habilidades y valores socio comunitarios en interacción con saberes y conocimientos técnicos, tecnológicos propios y universales para desarrollar acciones en los ámbitos de Turismo, Operaciones Turísticas, Gestión Turística, Tecnologías de Información y Comunicación, mediante prácticas orientadas a la protección, promoción, difusión de los recursos naturales, culturales, histórico- monumentales, provisión de servicios e investigación para fortalecer vocaciones y potencialidades turísticas productivas regionales y comunitarias, en armonía con la madre tierra y el cosmos.

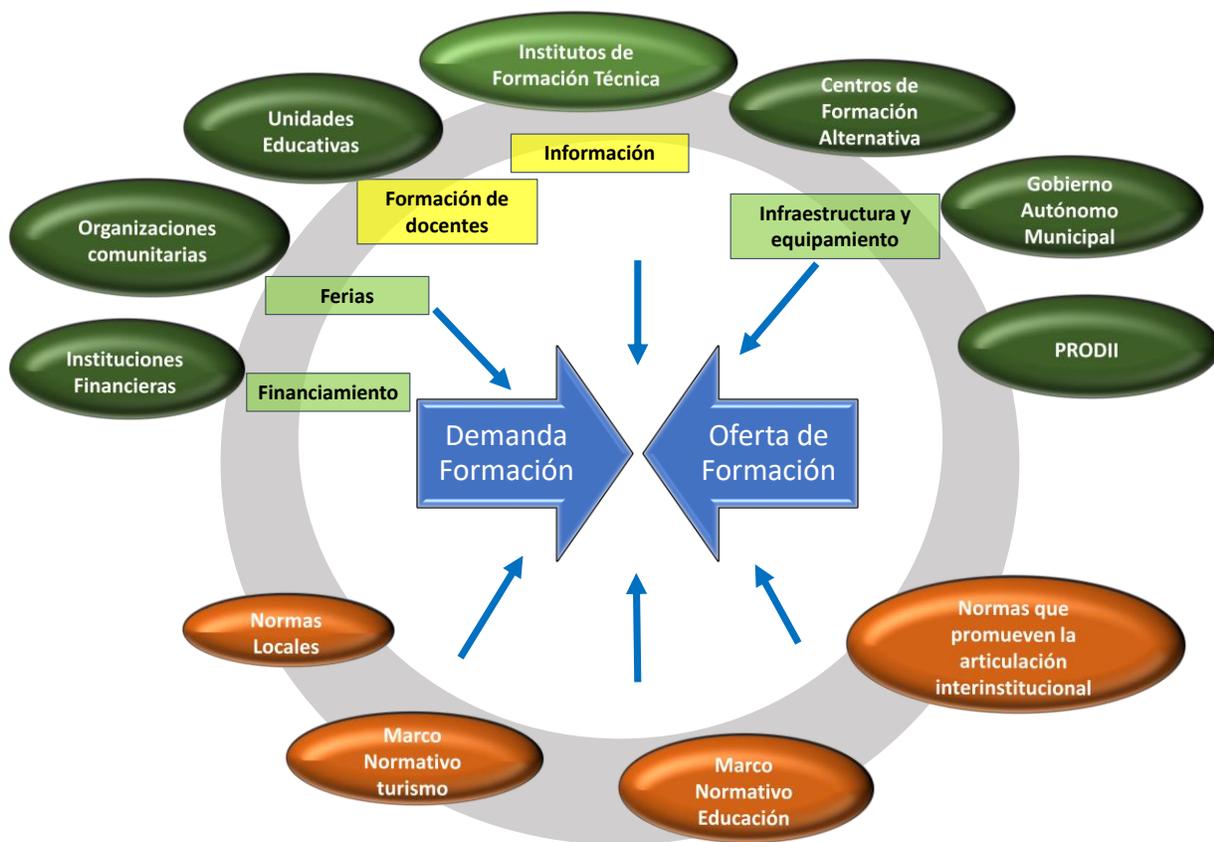
El Reglamento General de los Institutos Técnicos Tecnológicos de carácter fiscal de convenio y privados, aprobado por Resolución Ministerial N° 2015/350 del 2 de junio de 2015, establece como sector de formación técnica a la gastronomía y también al turismo. En este reglamento se establecen como áreas técnicas de turismo: i) turismo; ii) operaciones turísticas; iii) gestión turística y emprendimiento; iv) lingüística e idiomas; v) tecnologías de información y comunicación

Las Escuelas Manqa está orientadas a la generación de mejores oportunidades de vida para jóvenes de escasos recursos en Bolivia. *El modelo de inserción laboral* contempla dos procesos, en el primero, los jóvenes formados, de acuerdo a sus fortalezas e intereses, realizan prácticas laborales, ingresan a una empresa del rubro, por un periodo de 2 a 3 meses, gracias a estas, pueden afianzar sus conocimientos y ganar una valiosa experiencia. En el segundo proceso, Manq'a realiza una articulación laboral, en la cual los jóvenes seleccionados son insertados laboralmente en empresas aliadas en condiciones favorables.

El modelo de emprendimiento que incluye la asesoría en el diseño del plan de negocios, capital semilla, acompañamiento en la implementación del negocio y mentoría empresarial.

El modelo de mentoría que es un proceso metodológico que involucra a empresarios locales experimentados como aliados en el fortalecimiento y apoyo a jóvenes emprendedores. El empresario transmite su experiencia al emprendedor en reuniones mensuales durante un año. Manq'a cuenta actualmente con 45 mentores que apoyan a jóvenes emprendedores en las ciudades de La Paz, El Alto y Sucre

Gráfico 126. Relación transaccional entre demanda de formación y oferta de formación



Los servicios de apoyo que se muestran en recuadros verdes en la dona, son entendidos como las acciones necesarias que posibilitan que la relación transaccional funcione más eficientemente.

Las funciones de apoyo que se muestra en el gráfico son:

2. Provisión de información
4. Infraestructura y equipamiento
5. Financiamiento
6. Ferias
7. Formación de docentes

Se profundiza el **servicio de apoyo de provisión de información** que son todos aquellos datos que necesitan tener los demandantes, es decir los jóvenes o adultos que tienen la intención de formarse en gastronomía hotelería o turismo y oferentes, instituciones e instancias que ofrecen un servicio de capacitación en estas áreas.

Las oportunidades de formación identificadas en los municipios de Potosí que están relacionadas al área de turismo, gastronomía y hotelería son las siguientes

Centros de Educación Alternativa. Se identifican los siguientes CEA en los 5 municipios de Potosí, (según listado publicado por el Ministerio de Educación). Es importante mencionar que en entrevista sostenida con el director de CEA Chayanta Sady Omar Fernandez, se mencionó que actualmente ya cuentan con la carrera de Gastronomía y Alimentación.

Tabla 37. Carreras de CEA por municipio

Municipio	CEA	Carreras
Chayanta	Chayanta	Agropecuaria Artesanías Sistemas Computacionales Tejido industrial Confección Textil Belleza Integral
Llallagua	Santa Rita	Confección Textil Tejido Industrial Pintura en Tela Gastronomía y Alimentación Belleza Integral Metal Mecánica
Llallagua	Llallagua	Sistemas Computacionales Tejido Artesanal Belleza Integral Confección Textil
Pocoata	Pocoata	Sistemas Computacionales Artesanías Tejido industrial Confección Textil
San Pedro de Buena Vista	Chiro K'asa	Agropecuaria Confección Textil
Uncia	Policarpio Colque	Agropecuaria Confección Textil Sistemas Computacionales Artesanía Belleza Integral

Institutos Tecnológicos. Se identifican los siguientes institutos en los municipios sujetos a estudio:

Tabla 38. Institutos tecnológicos por municipio

Municipio	Nombre del Instituto	Carreras
Uncia	Instituto Técnico Superior Industrial Agropecuario "Libertador Simón Bolívar"	Agropecuaria Construcción Civil Costura Eléctrica y Telecomunicaciones Mecánica Industrial Sistemas Informáticos Tejidos
Llallagua	Instituto Superior Comercial "Pío XII"	Análisis de Sistemas Informáticos Auxiliar de Contabilidad Contaduría General Programador de Software en Aplicaciones Secretariado Ejecutivo
San Pedro de Buena Vista	Instituto Tecnológico Superior Charcas	Construcción Civil Mecánica Automotriz Tecnología de Alimentos Gastronomía Construcción Civil
Chayanta	Instituto Técnico Tomas Katari	OCURI: Electricidad Industrial Enfermería RAVELO: Agropecuaria COLQUECHACA: Construcción Civil POCOATA: Mecánica Automotriz

En cuanto a las demandas requeridas por el sector empresarial en Potosí, se tomó en cuenta distintos mecanismos para la obtención de información:

- Para conocer las percepciones de las empresas en general (relacionadas y no relacionadas al turismo), se realizó un sondeo de las demandas de trabajo en Potosí que fueron publicadas en las redes sociales, Facebook, Trabajopolis.bo, acciontrabajo.com.bo durante el periodo 1/junio/2022 al 28/Ago./2022 (Se cuenta con una base de datos de levantamiento de demandas de trabajo). Se levantaron 84 demandas, de las cuales 5, es decir el 6%, estaban relacionadas a gastronomía, uno de los cuales estaba destinado a repartidor de restaurante.

- De la entrevista sostenida con el Gobierno Autónomo Municipal de Chayanta (Unidad de Turismo Vladimir Pérez) se están incorporando las ideas de turismo comunitarios para evitar la migración principalmente de los jóvenes. Se realizaron proyectos para la implementación de rutas turísticas por la comunidad de Quintapampa y otras donde el actor principal sea el joven porque se quiere realizar el rescate de costumbres y tradiciones y revalorizar la esencia cultural, sin embargo, se ve la necesidad de contar con especialistas que ayuden a realizar un trabajo más especializado. La idea es generar nuevas fuentes de empleo a través del turismo y la artesanía como la fabricación de telares y aguayos

En Uncia los jóvenes trabajan en pastoreo y agricultura, aunque no es su principal actividad. Para percibir mayores ingresos se van hacia otros lugares del lado de Chile y hay otros que se dedican a la construcción.

Existe un lugar que se llama Balnearios de Uncia donde realizan la venta de sus excedentes de producción

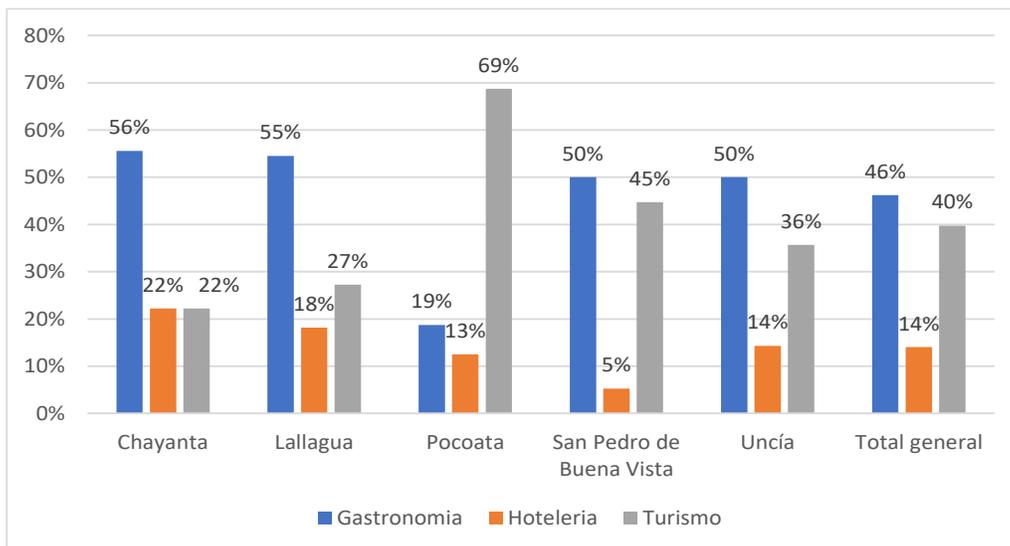
- En cuanto a las demandas requeridas por los turistas, en el apartado anterior se llegaron a identificar las siguientes necesidades de formación para el municipio de Llallagua; para los demás municipios no se han identificado registros de percepciones para

Gastronomía: Atención al cliente

Hotelería: Gestión hotelera, atención al cliente, limpieza de habitaciones

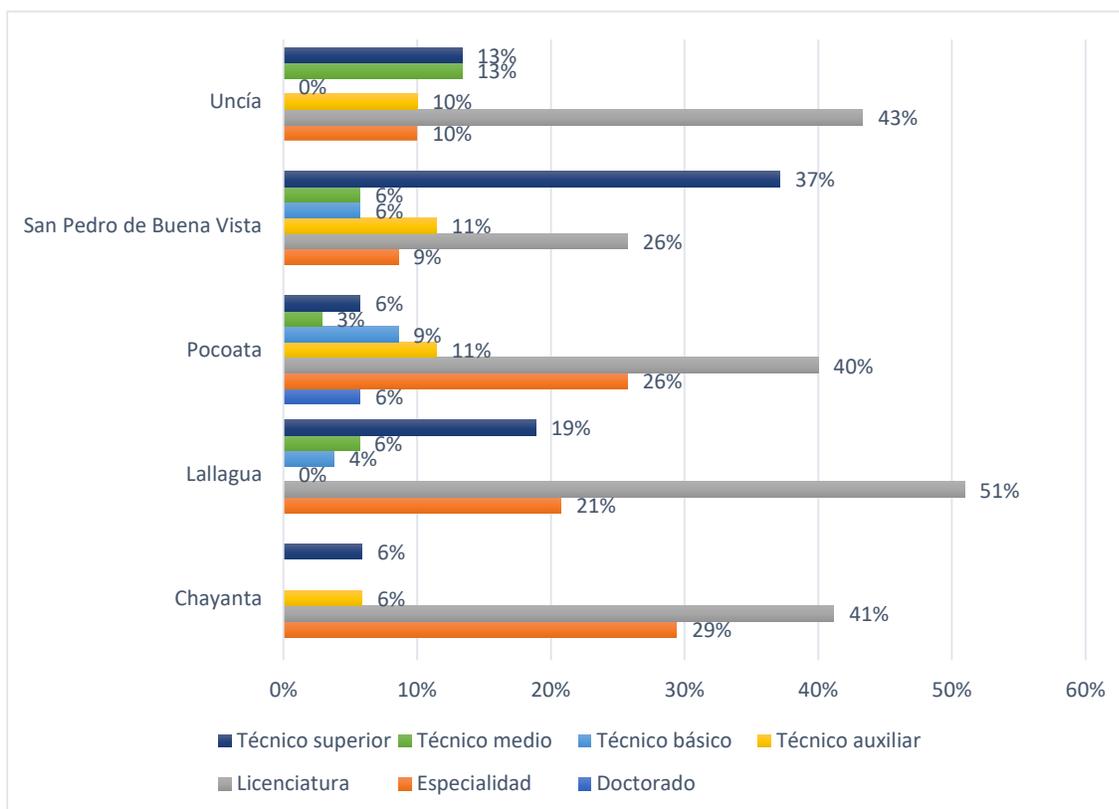
En cuanto a la **expectativa de los jóvenes** para optar por una formación en gastronomía hotelería o turismo, en el levantamiento de información primaria, los jóvenes encuestados, (Base de Datos de Encuestas Potosí realizada con jóvenes), ante la pregunta: estaría interesado en ser parte de una formación en hotelería, turismo, gastronomía, la mayoría mencionó como primer interés a la gastronomía 46% luego el turismo 40% y hotelería 14%. En el siguiente gráfico se muestra que Chayanta y Llallagua son los dos municipios donde existe un mayor interés de optar una formación en gastronomía. En cambio Pocoata tiene un mayor intereses en Turismo 69%, luego San Pedro de Buena Vista y luego Uncia.

Gráfico 127. Potosí: Interés por ser parte de una formación en hotelería, turismo y gastronomía



En el levantamiento de información primaria, los jóvenes manifestaron su preferencia por alcanzar un nivel de licenciatura en cuatro de los cinco municipios, a excepción de San Pedro de Buena Vista donde aspiran a un nivel de técnico superior.

Gráfico 128. Nivel que se desea alcanzar



15.2. Limitaciones sistémicas identificadas

<p>Limitación sistémica en el servicio de apoyo</p> <p>Provisión de información</p> <p>Formación de docentes</p> <p>RELACION: DEMANDA Y OFERTA DE FORMACION</p>	<p>Existe una demanda de servicios (percepción de turistas) insatisfecha en cuanto a sus requerimientos; en hotelería se requiere: i) gestión hotelera; ii) mejor atención al cliente, iii) limpieza y mantenimiento de los ambientes; en gastronomía: i) atención al cliente.</p> <p>En las demandas expuestas por el mercado (medios públicos como periódicos y redes sociales), se constató que son pocas (6%) y que están relacionadas principalmente a la gastronomía, ayudantes de cocina.</p> <p>En el CEA Chayanta los estudiantes para optar para técnico medio proponen proyectos de emprendimiento, sin embargo, no se pueden ejecutar por la falta de recursos económicos.</p> <p>Se identifica que se requiere una mayor formación de los docentes en materia de turismo, hotelería y gastronomía. De acuerdo a la información obtenida de los restaurantes existentes en los municipios se percibe que la mayoría están dedicados a la brostería y por tanto existe poca diversificación de platos para los visitantes.</p> <p>Débil e incipiente ecosistema emprendedor dirigido al turismo que permita la colaboración mutua para la prestación de servicios de calidad.</p>
<p>Causa sistémica</p>	<p>Débil apoyo institucional desde la formación y otras instancias para generar un ecosistema emprendedor: negocios con servicios de calidad, infraestructura y equipamiento adecuado.</p> <p>Falta de alianzas estratégicas con actores en el municipio para fortalecer los conocimientos de los docentes.</p>
<p>Actores que ayudan a dar una solución</p>	<p>Gobierno Autónomo Municipal</p> <p>ONG (PRODII)</p>
<p>Solución sistémica</p>	<p>Alianzas estratégicas que permitan brindar una mejor formación a los docentes y mayores posibilidades para la formulación de emprendimientos que puedan ser implementados.</p> <p>Fortalecimiento a un ecosistema emprendedor con enfoque de turismo.</p>

16. NECESIDADES DEMANDA Y USO DE CONECTIVIDAD A INTERNET

16.1. Compañías de servicio de internet

En Potosí, el mapa de cobertura muestra que solo en el municipio de Llallagua, existe cobertura 4G y 3G a través de ENTEL⁵.

Gráfico 128. Mapa de cobertura ENTEL



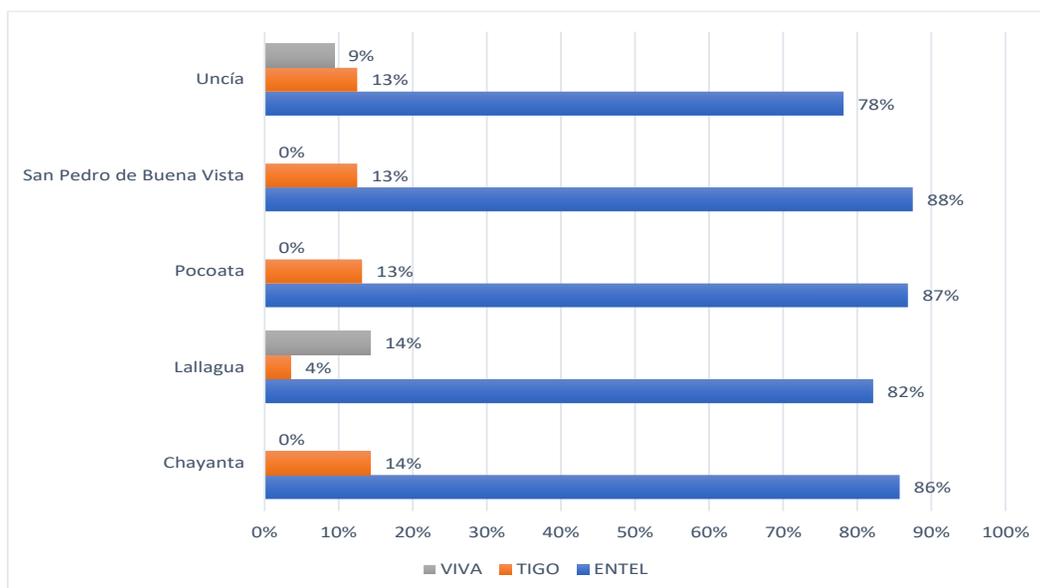
16.2. Uso de internet por parte de los jóvenes

El 93% de los jóvenes encuestados en Potosí utilizó internet en los últimos tres meses

El 84% de las respuestas proporcionadas por los jóvenes se mencionó que prefieren el servicio de Entel, el 10% prefiere a Tigo y el 6% Viva, este hecho se explica por la cobertura que se ofrece en los municipios que principalmente viene de ENTEL. A continuación, se muestra la preferencia del servicio por municipio.

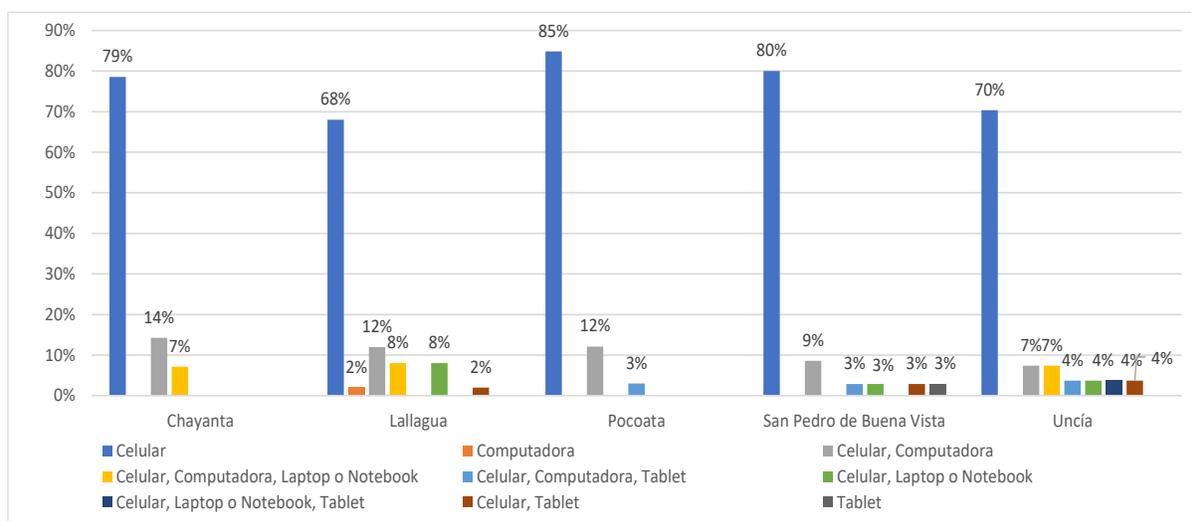
⁵ <https://www.nperf.com/es/map/BO/-/167642.Entel-Mobile/signal/?ll=-16.402076824016884&lg=-63.55&zoom=5>. En la página no se identifican mapas de cobertura para los proveedores de VIVA y TIGO

Gráfico 129. Aceptación del servicio de internet por empresa



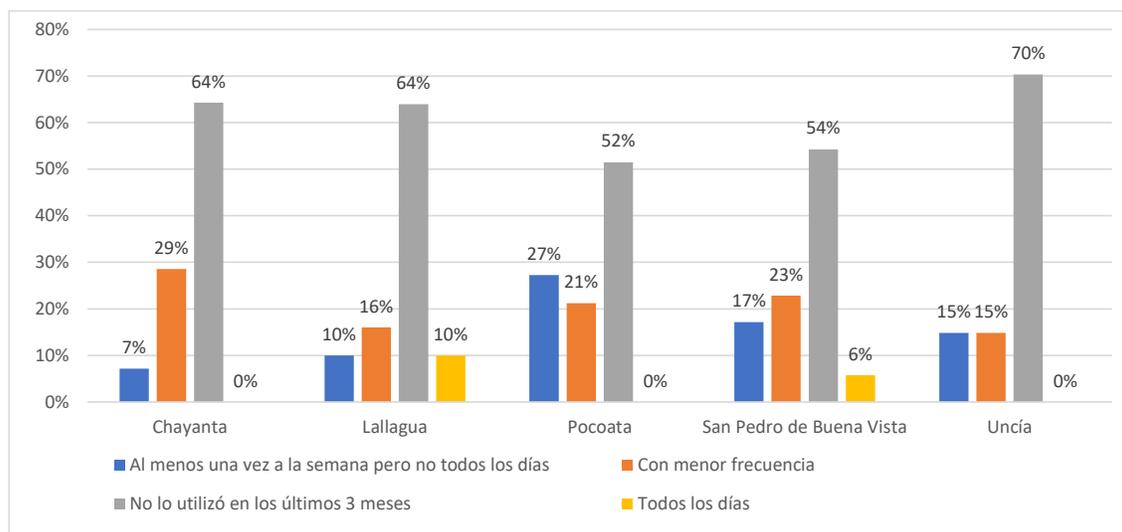
De las respuestas obtenidas ante la pregunta ¿qué dispositivo utilizó para conectarse a internet?, el 75% de las respuestas estuvieron concentradas en el uso de celular. En el siguiente gráfico se observa que en los 5 municipios el principal dispositivo es el celular, hay quienes optan por celular y computadora, pero ese porcentaje llega solo al 11% en promedio de los 5 municipios, siendo Chayanta donde se indicó con mayor frecuencia que además del celular utilizan la computadora en un 14% y además de ambos una laptop un 7%.

Gráfico 130. Acceso a dispositivos



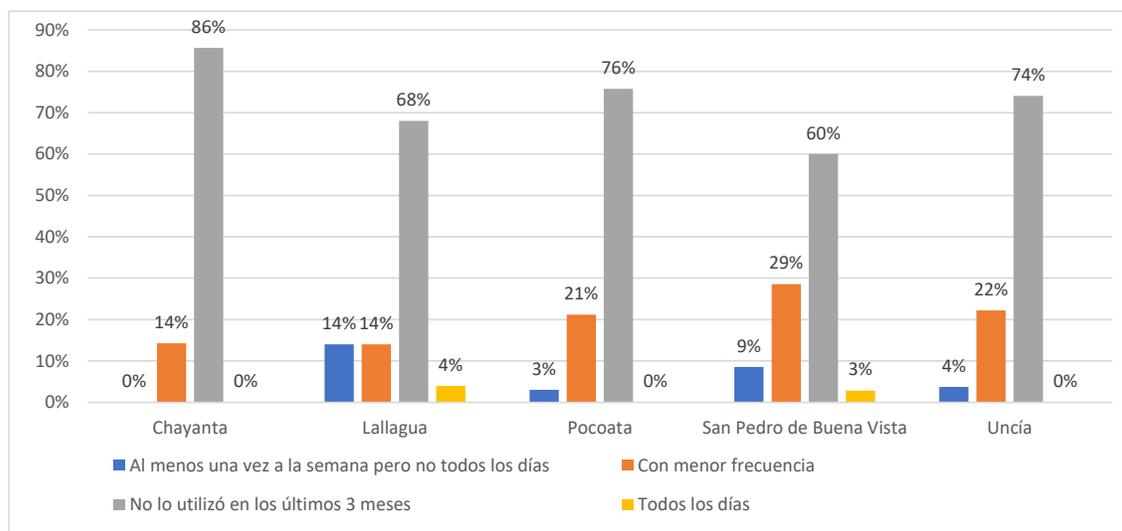
En cuanto a la frecuencia del uso de internet por computadora, se muestra en el gráfico que la mayoría en los 5 municipios no la utilizaron en los 3 últimos meses; esta respuesta ha sido más frecuente en Uncía, Chayanta y Pocoata

Gráfico 131. Frecuencia de uso de internet en una computadora



En cuanto a la frecuencia del uso de internet a través de una laptop, se muestra una situación similar donde predomina la respuesta de que no se han conectado al internet en los últimos 3 meses, tal como se muestra en el siguiente gráfico.

Gráfico 132. Frecuencia de uso de internet en una laptop



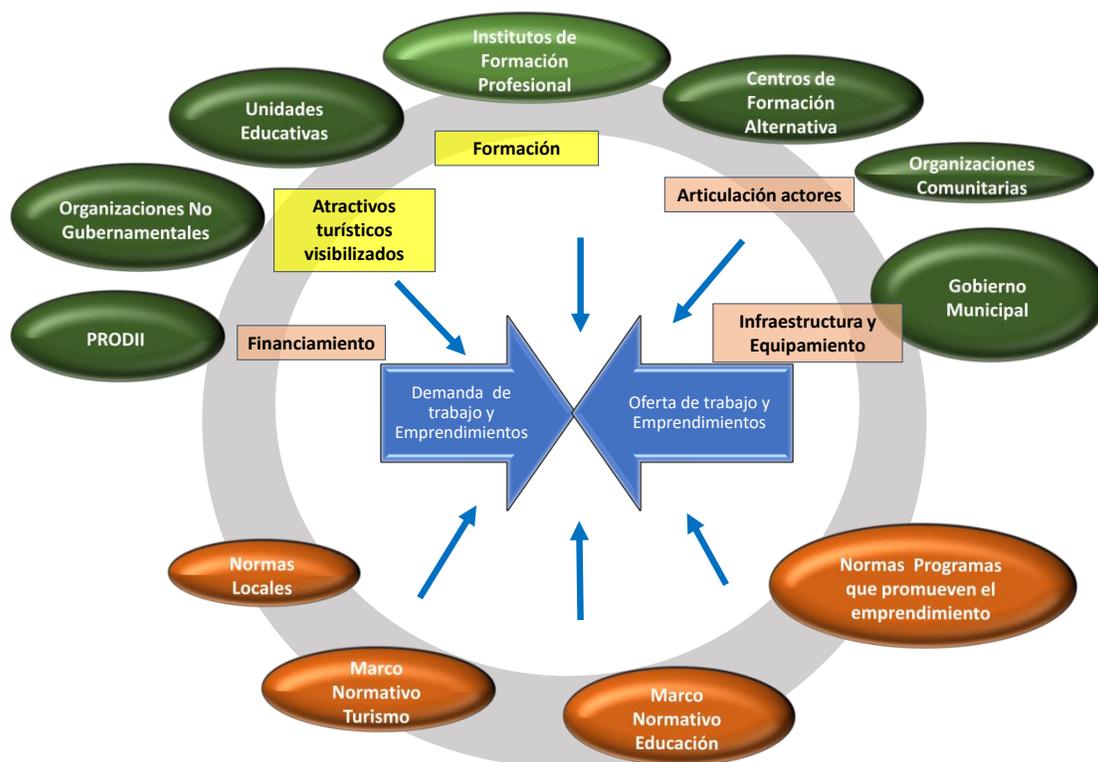
Ante la pregunta, desde dónde se conectó a internet, el 96% de los jóvenes de los municipios de Potosí mencionó que se conectó desde su casa.

17. OPORTUNIDADES DE EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO DESDE UN ENFOQUE SISTÉMICO

17.1. Relación transaccional, servicios de apoyo y actores

En el siguiente esquema se visualiza la relación transaccional entre demanda de formación y oferta de formación, así como los actores que intervienen y los servicios de apoyo que facilitan el encuentro entre demanda y oferta.

Gráfico 133. Relación Transaccional Demanda Vs. Oferta de emprendimientos y empleo



Servicio de apoyo formación en emprendimiento

Los Centros de Educación Alternativa a través de la formación que reciben por ejemplo gastronomía y artesanía promueven de cierta manera el emprendimiento.

PRODII desde su constitución como Organización No Gubernamental, ha venido desarrollando acciones en beneficio de las familias campesina/indígenas en zonas deprimidas del Departamento de Potosí.

Las organizaciones de las comunidades son un actor importante ya que en coordinación con los gobiernos municipales organizan las ferias semanales o periódicas para la comercialización de sus productos.

La empresa Ecomalva SRL muestra los beneficios que tienen los mates surtidos de cedrón, manzanilla, hinojo, muña y tusawayu, además de las galletas de amaranto y las galletas y harina de oca

Financiamiento que promueve el emprendimiento y empleo en jóvenes

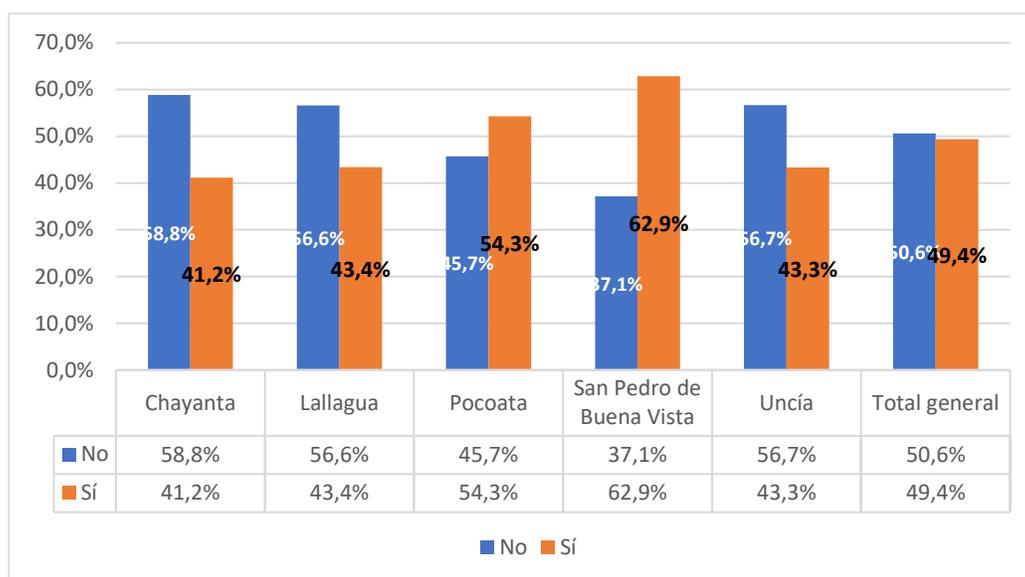
El Fondo Suizo de Apoyo a la Cultura de Solidar Suiza, en noviembre de 2021 apoyo en la implementación del proyecto “Arte para comunicar” con la finalidad de que los jóvenes puedan enfrentar la violencia de género a partir del convivio, el diálogo y el arte.

La Unidad de Turismo del Gobierno Municipal de Chayanta vio la posibilidad de gestionar financiamiento a través de la presentación de proyectos turísticos al Fondo DAC, sin embargo, no fueron seleccionados; actualmente están viendo la posibilidad de presentar a otras ONG sus dos proyectos ya elaborados

Percepción de los jóvenes

En cuanto al mercado de trabajo, el 49,4% de los encuestados realizó un trabajo en los últimos tres meses. En el siguiente gráfico se observa que los jóvenes buscaron trabajo principalmente en los municipios de San Pedro de Buena Vista y Pocoata.

Gráfico 134. Acceso a empleo en San Pedro de Buena Vista y Pocoata



En el municipio de Chayanta los jóvenes no especificaron el oficio o lugar donde trabajaron. En Lallagua se mencionaron principalmente a los siguientes: venta de productos, ayudantes de cocina, venta de tortas o pasteles, ayudante de carpintero, peluquería, repartidor del desayuno escolar, tiendas de vario, tiendas de vidrios.

En Pocoata mencionaron con mayor frecuencia a las actividades de agricultura con la papa maíz, trigo y otros; luego los ayudantes de albañil, ayudante de flota y venta de productos. Es importante indicar que no se mencionó ningún oficio relacionado a la gastronomía, turismo u hotelería.

En San Pedro de Buena Vista ocurre similar situación que a la de Pocoata ya que se mencionó a las actividades agrícolas como las más realizadas por los jóvenes, a las de construcción como ayudante de albañil y una persona mencionó que trabajó en una mina.

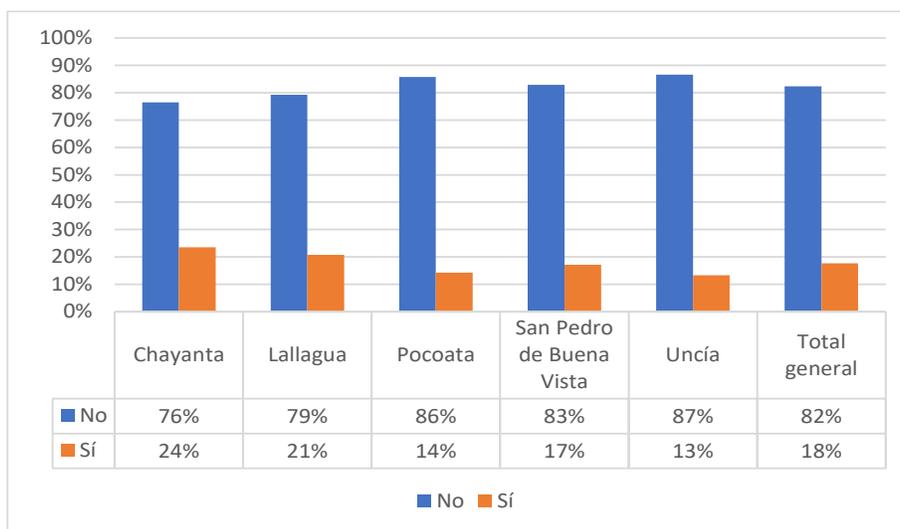
En Uncia, realizaron trabajos de venta de productos en tiendas, venta de salchipapas, ayúdate de restaurante, snack y también como trabajos de plomería y en lavaderos de arena.

Ante la pregunta, ¿Consideras que tienes un salario justo?, el 59% de los encuestados dijo que no, siendo esta respuesta mas frecuente en Chayanta y en los municipio de Pocoata y San Pedro de Buena Vista.

Ante la pregunta si conocen algún tipo de iniciativa que promueva el emprendimiento, el 68% dijo que no conoce y el 24% ha mencionado a la alcaldía.

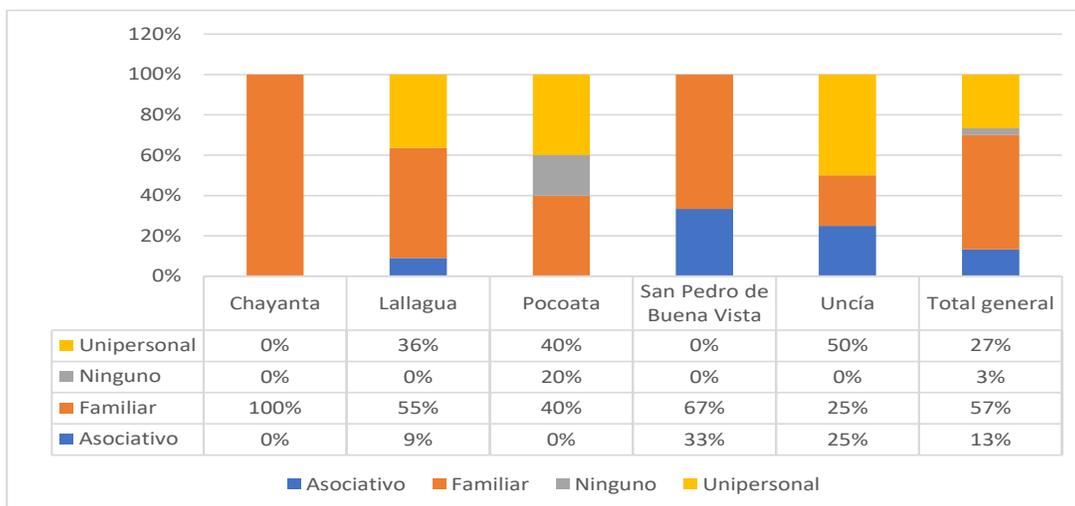
Ante la pregunta si el joven cuenta con un emprendimiento, solo el 18% a dicho que, si cuenta con uno. En el gráfico a continuación se observa que se ha mencionado con mayor frecuencia que cuentan con un emprendimiento en los municipios de Llallagua y Chayanta.

Gráfico 135. Acceso a la creación de emprendimientos en Llallagua y Chayanta



En el siguiente gráfico se observa que la mayoría de los emprendimientos en el Norte de Potosí de los jóvenes que estuvieron sujetos a la encuesta son familiares, sin embargo, es importante mencionar que principalmente en San Pedro de Buena Vista y en Uncia se ha mencionado también que tienen emprendimientos asociativos.

Gráfico 136. Tipo de emprendimientos



Se ha evidenciado en la encuesta que el 43% de los emprendimientos de los 5 municipios está relacionado a la gastronomía, destacándose este hecho principalmente en los municipios de Llallagua (73%) Chayanta y Uncia (50%). En San Pedro de Buena Vista de los 6 emprendimientos mencionados por los jóvenes 3 (50%) indicaron que tienen que ver con la actividad turística; en Chayanta un joven indicó que su emprendimiento es de turismo. Si se considera solo a los emprendimientos relacionados a la gastronomía, hotelería y turismo el 38% tiene dos años y más de dos años de funcionamiento y el 50% menos de 6 meses de vida. Los 3 emprendimientos relacionados al turismo en San Pedro de Buena Vista tienen menos de 6 meses de funcionamiento.

17.2. Limitaciones sistémicas identificadas

Limitación sistémica en el servicio de apoyo	De los jóvenes encuestados el 63% ha alcanzado el nivel secundario. El 14% ha alcanzado el técnico auxiliar, 10% ha alcanzado el técnico básico y en menores proporciones el técnico medio y técnico superior. Solo el 4,1% ha alcanzado el nivel de licenciatura.
Formación	
Atractivos turísticos visibilizados	En cuanto a la intención de formarse en hotelería, gastronomía y turismo por parte de los jóvenes, la mayoría mencionó como primer interés a la gastronomía 46% luego el turismo 40% y hotelería 14%. El 62% de los jóvenes desea alcanzar el nivel de licenciatura.
Financiamiento	1.Los Centros de Educación Alternativa imparten carreras técnicas que tienen el objetivo de convertirse en una alternativa de generación de ingresos a través de la formación de emprendimientos. En Chayanta se incentiva a los jóvenes a presentar ideas de emprendimiento para optar a un nivel de técnico medio. Sin embargo muchas ideas emprendedoras que son interesantes no son ejecutadas.
RELACION: DEMANDA Y OFERTA DE TRABAJO Y EMPRENDIMIENTOS	2.La visibilización de los atractivos y riqueza turística existentes, se está desarrollando en menor y mayor medida,(Llallagua cuenta con 2 museos un venero y una capilla, Uncia cuenta con aguas termales, una planta de diesel), el socavón Patiño, la casa de Patiño, el Ingenio de Miraflores, la estación ferroviaria entre otros; Pocoata la Iglesia de Juan Bautista, artesanía e instrumentos, la chullpa de Huancarani, las chullpas subterráneas; en Chayanta las Iglesias, el acueducto, los chulpare, los textiles, la mina Amayapampa, aguas termales), sin embargo no se han realizado estudios a profundidad que permitan dar mayor valor a dichos atractivos
	En cuanto a los emprendimientos existen pocos que han sido iniciados por los jóvenes. Se identifica que solo un 16%, cuenta con un emprendimiento de los cuales el 40% está destinado a la gastronomía , se identifico un solo emprendimiento destinado a la gastronomía, hotelería y turismo que tiene mas de dos años de vida y que es familiar.
Causa sistémica	1. Falta de alianzas estratégicas con actores que posibiliten y ayuden la implementación de las ideas de emprendimiento. 2.Ausencia de especialistas (en turismo, antropología, etc) que pueda dar mayor valor a la riqueza cultural y turística existente en la región
Actores relevantes para una solución sistémica	Centros de formación. PRODII y otras ONG
Solución Sistémica	1. Implementación de un procesos de generación de alianzas estratégicos que promueva la implementación de emprendimientos con enfoque de turismo. 2. Implementación de procesos de capacitación especializada (antropología, turismo) para el rescate de valores y tradiciones culturales y turísticas de la región.

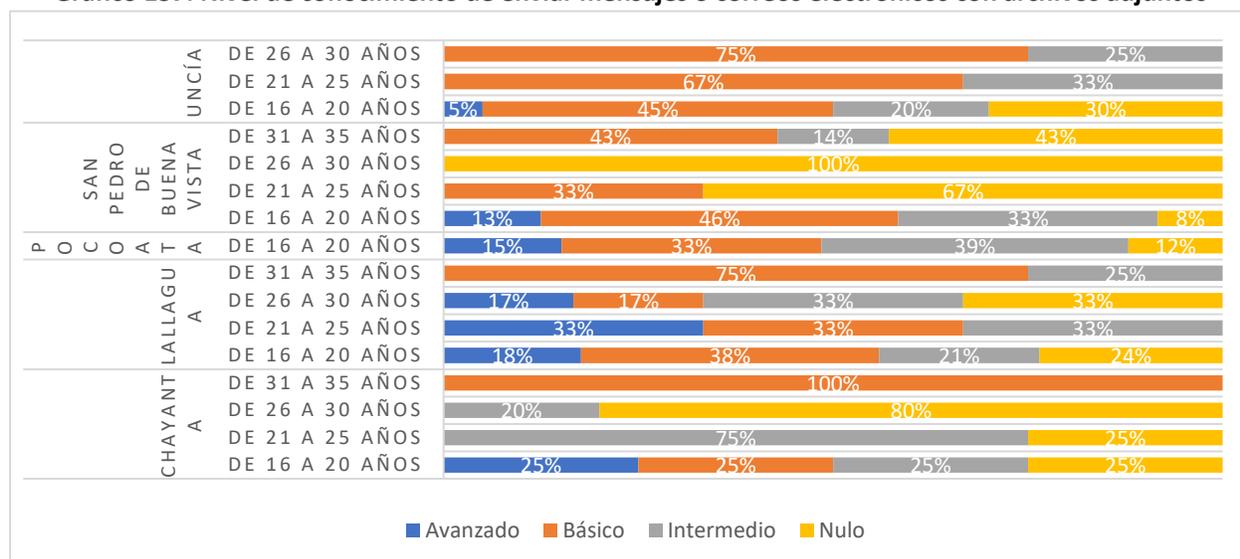
18. OPORTUNIDADES DE ACCESO A HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

18.1. Herramientas tecnológicas

Las respuestas sobre el conocimiento que tienen los jóvenes de los municipios en Potosí sobre herramientas tecnológicas fueron las siguientes.

Nivel de conocimiento que tiene de las siguientes habilidades con internet: Enviar mensajes o correos electrónicos con archivos adjuntos (Ej.: documentos, audio o video)

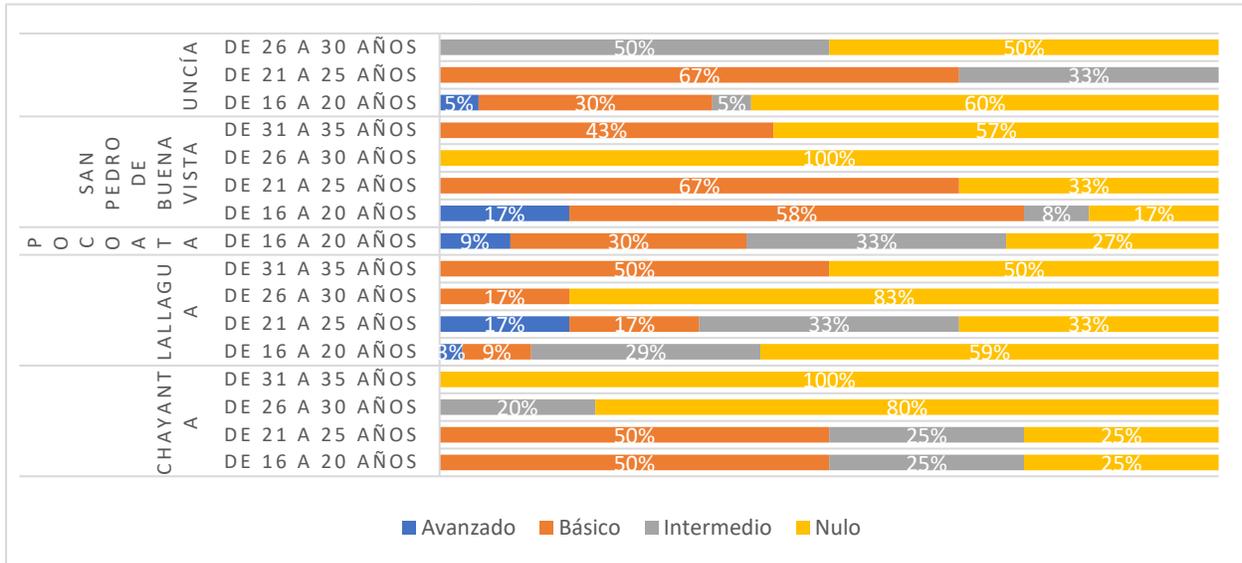
Gráfico 137. Nivel de conocimiento de enviar mensajes o correos electrónicos con archivos adjuntos



En Uncía la habilidad de enviar mensajes o correos electrónicos es principalmente básico, acentuándose más entre los jóvenes de 26 a 30 años (75%). En San Pedro de Buena Vista esta habilidad es principalmente nulo, donde entre los jóvenes de 26 a 30 años es nulo en un 100%. En Lllallagua se tiene un mejor desempeño sobre esta habilidad, mostrando que entre los jóvenes de 21 a 25 años un 33% tiene un conocimiento de 33%.

Nivel de conocimiento que tiene de las siguientes habilidades con internet: Identificar fácilmente si la información que encuentra en Internet es falsa o poco verificable

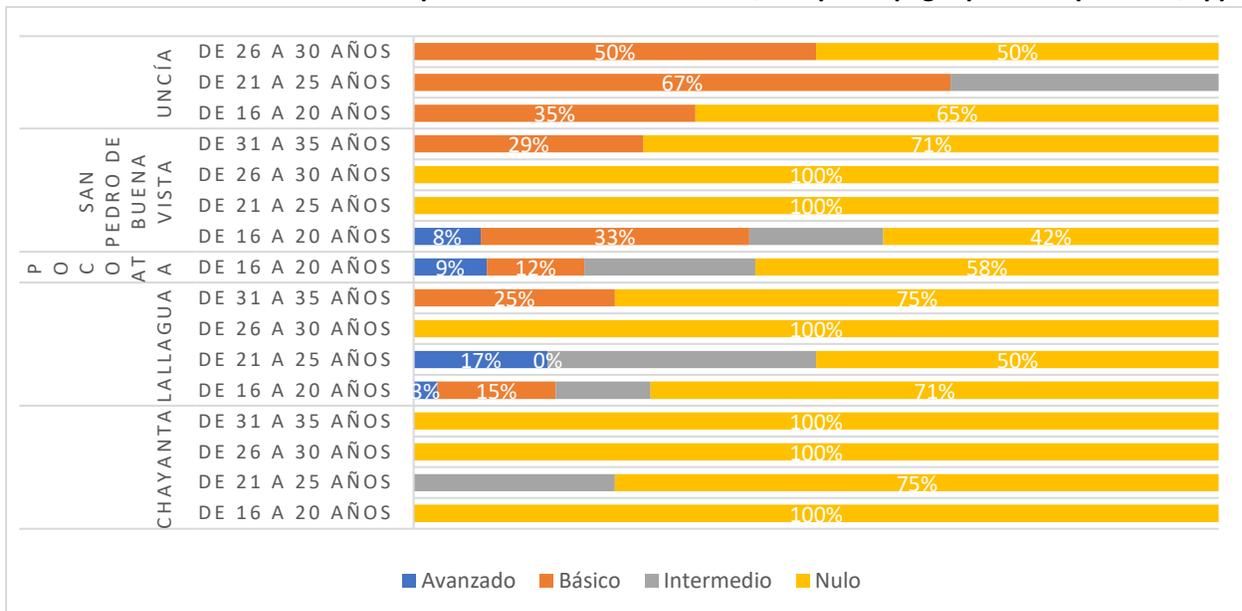
Gráfico 138. Nivel de conocimiento para identificar fácilmente información falsa o poco verificable



En general, en un 43.4% de los jóvenes de los municipios estudiados tienen un conocimiento nulo sobre la habilidad de identificar fácilmente si la información que encuentra es falsa o poco verificable. En Chayanta este porcentaje alcanza el 100% entre los jóvenes de 31 a 35 años y también entre los jóvenes de 26 a 30 años en el municipio de San Pedro de Buena Vista, aunque se puede observar un porcentaje mínimo de conocimiento avanzado entre los jóvenes de 16 a 20 años.

Nivel de conocimiento que tiene de las siguientes habilidades con internet: Realizar una transacción, comprar o pagar por una aplicación/apps en internet

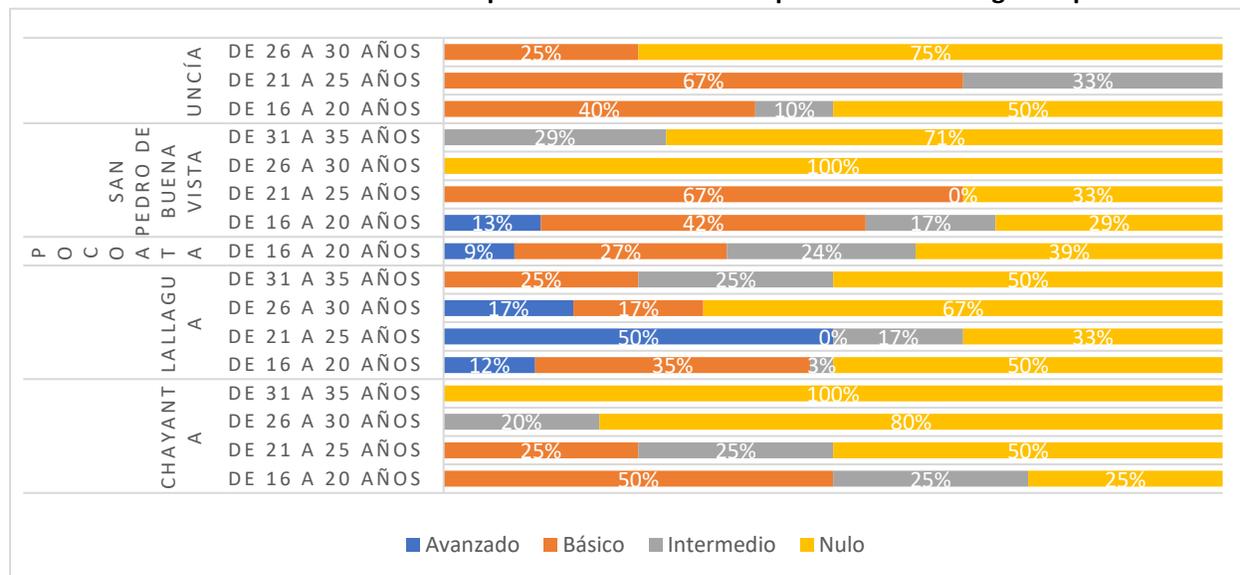
Gráfico 137. Nivel de conocimiento para realizar una transacción, comprar o pagar por una aplicación/apps



En los diferentes municipios se puede ver que es generalizado el que tengan un conocimiento nulo sobre realizar una transacción, comprar o pagar por internet, este porcentaje llega en promedio a 64.2%. Mas o menos mejora esta habilidad en el municipio de Uncía que entre los jóvenes de 21 a 25 años un 67% tiene un conocimiento básico, 50% entre los jóvenes de 26 a 30 años y 35% entre los jóvenes de 16 a 20 años.

Nivel de conocimiento que tiene de las siguientes habilidades con internet: Crear documentos, hojas de cálculo, presentaciones con las aplicaciones de Google u OpenOffice

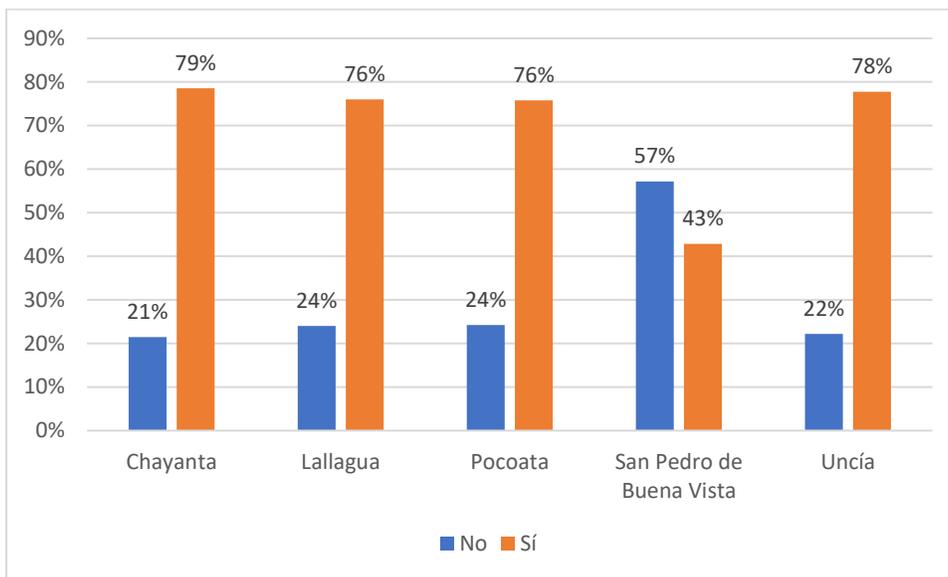
Gráfico 138. Nivel de conocimiento para crear archivos con aplicaciones de Google u OpenOffice



Las respuestas sobre la habilidad de crear documentos, hojas de cálculo y presentaciones con aplicaciones de Google u OpenOffice es básicamente nulo porque en conjunto el 45.9% no tiene esta habilidad. Se puede ver que Lallagua tiene un mejor desempeño en esta habilidad ya que entre los jóvenes de 21 a 25 años un 50% tienen un conocimiento avanzado.

Como se puede ver en el siguiente gráfico, en cuanto a si ¿utilizó alguna plataforma de conectividad relacionada a la educación virtual? (Ej.: Microsoft Teams, Google Classroom, Meet, Zoom), los jóvenes en Potosí, que han utilizado internet en los últimos tres meses, fundamentalmente, tienen el mismo uso; sin embargo, en Potoata el 57% de ellos no utilizó alguna de estas plataformas y sólo el 43% sí lo utilizó. En general, el entorno virtual que más utilizaron fue Zoom junto a Classroom en un 54%.

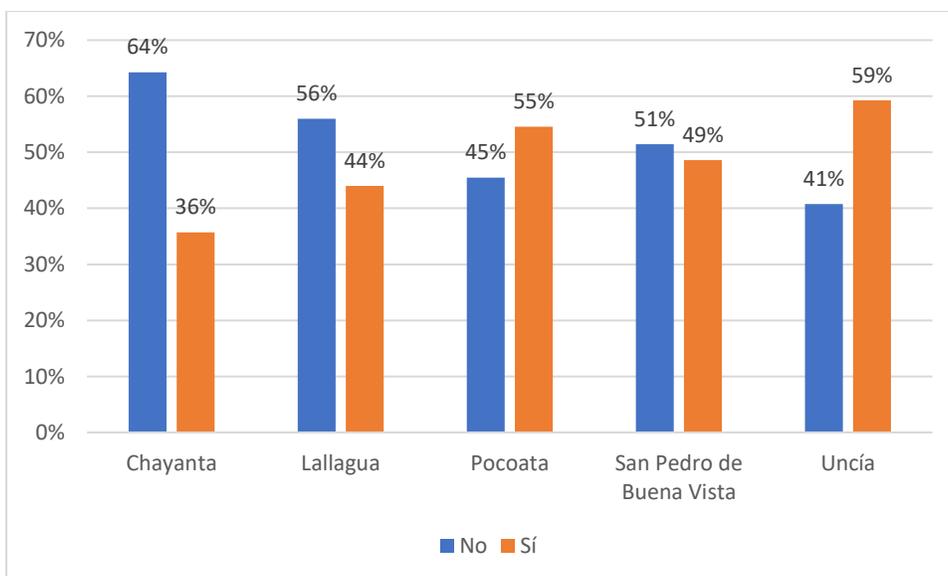
Gráfico 139. Uso de plataformas educativas



18.2. Acceso a plataformas y/o redes sociales

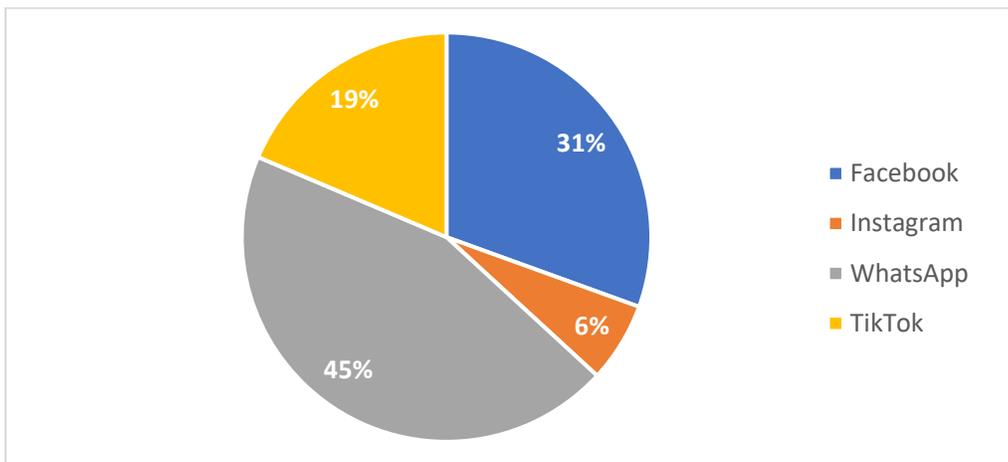
En relación a la pregunta ¿utilizó alguna app o plataforma de almacenamiento en línea de documentos, imágenes, música, videos y otro tipo de archivos (Ej.: Dropbox, Google Drive, SkyDrive, iCloud) ?, En general, las respuestas están dividida, un 51% indica que sí y principalmente Google Drive. De forma particular, sólo 36% de los jóvenes encuestados en Chayanta sí lo utilizan, pero en San Pedro de Buena Vista mencionaron que no lo utilizaron en un 51%.

Gráfico 140. Uso de plataformas de almacenamiento



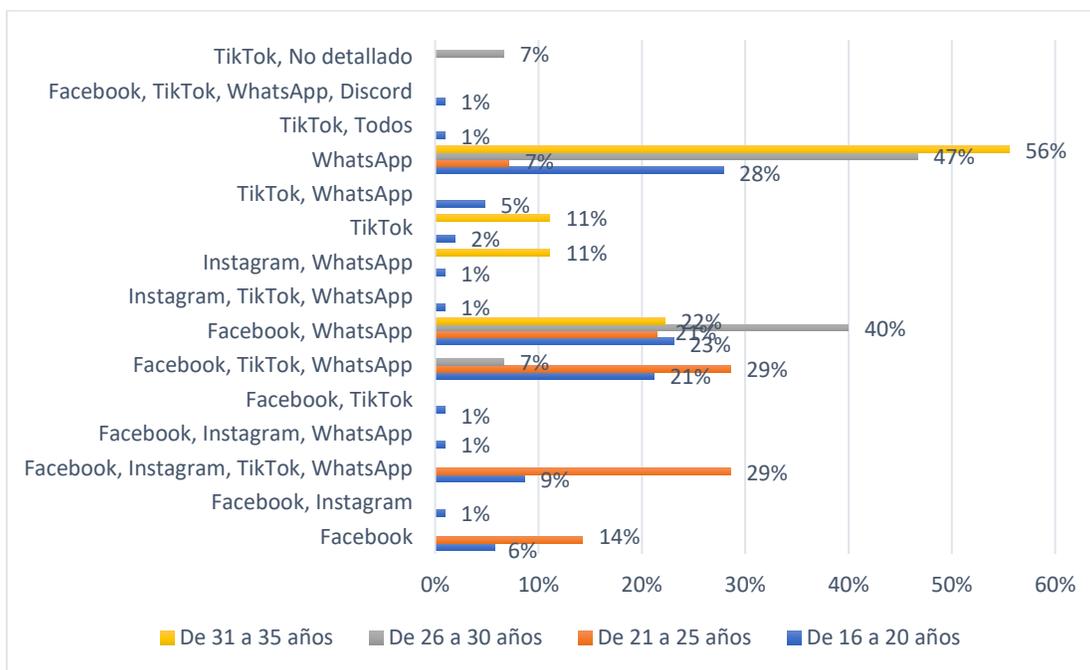
Sobre la pregunta ¿participó de alguna Red Social en Internet (Ej.: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, WhatsApp, etc.)? es frecuente en los jóvenes de los municipios de Potosí que utilicen alguna red social (83.5%). Entre estos jóvenes que sí utilizan una red social, el WhatsApp tiene un mayor uso con un 45% de participación y el Facebook en un 31%, como se puede ver en el siguiente gráfico.

Gráfico 141. Acceso a redes sociales



Como se puede ver en el siguiente gráfico de barras, entre los jóvenes con edad comprendidos entre 31 y 35 años los que sólo utilizan WhatsApp representan el 56%, entre los de 26 a 30 años representan el 47% y entre los de 16 a 20 años representan el 28%. Se observa, que del total de los jóvenes un 25% utiliza simultanea y exclusivamente Facebook y WhatsApp, también de la misma forma un 19% Facebook, TikTok y WhatsApp.

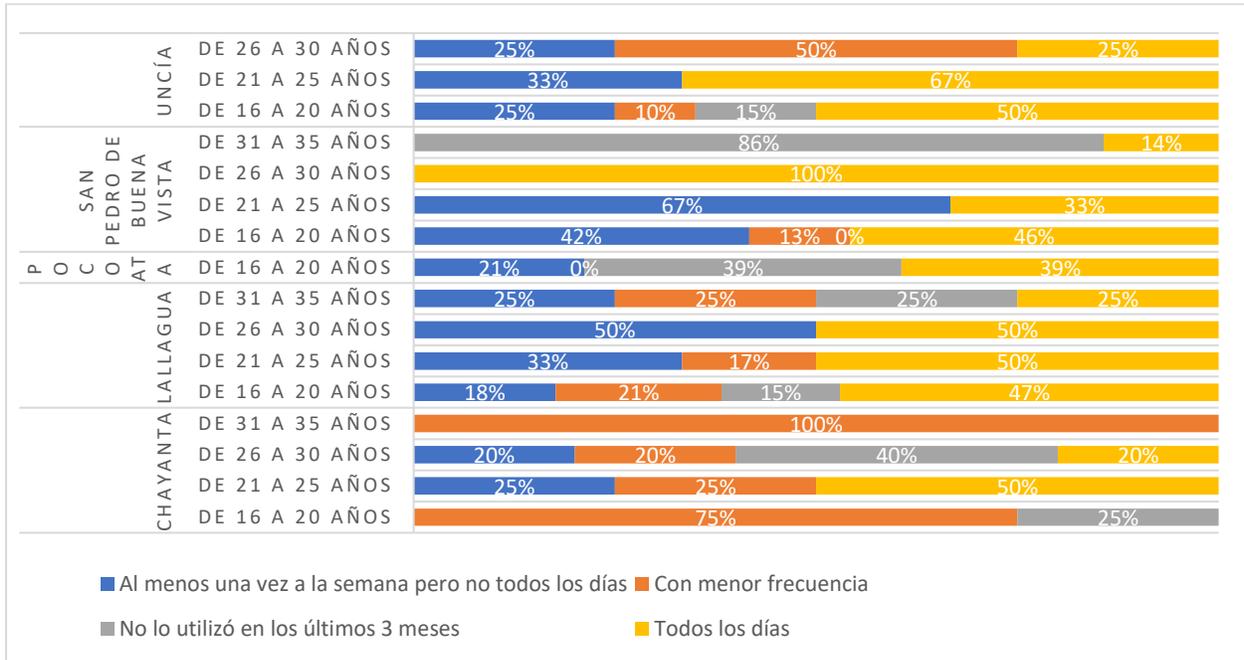
Gráfico 142. Uso de redes sociales



En cuanto a la frecuencia del uso de Facebook

Los jóvenes de los municipios de Potosí en estudio han mencionado que utilizan Facebook todos los días en un 41.5%, en general. En el municipio con menor uso todos los días, Chayanta (21%), lo más destacado se encuentra entre los jóvenes de 21 a 25 años con un uso del 50%; en el municipio con mayor uso (48%), Uncía, entre los jóvenes de 21 a 25 años hacen uso en un 67%, como lo muestra el siguiente gráfico.

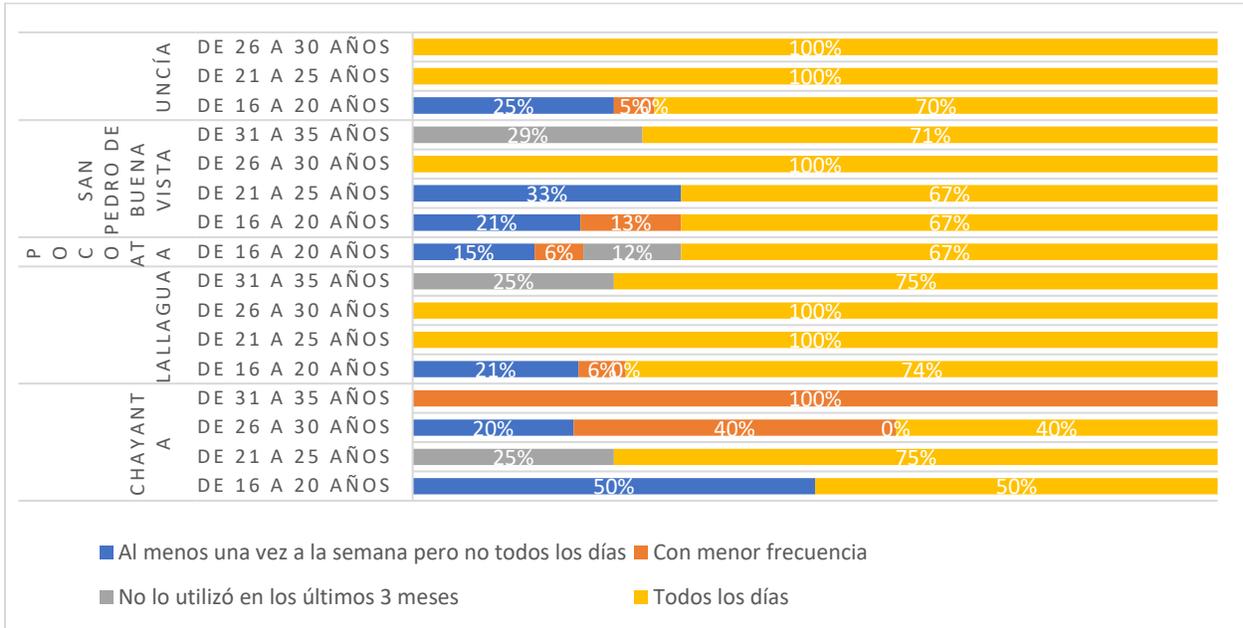
Gráfico 143. Frecuencia de uso de Facebook



En cuanto a la frecuencia del uso del WhatsApp

En general, los jóvenes de los municipios de Potosí en estudio han mencionado que utilizan WhatsApp todos los días en un 72.5%. En el municipio con mayor uso todos los días, Llallagua (80%), lo más destacado se encuentra entre los jóvenes de 21 a 30 años por el uso todos los días de un 100%; así también, en Uncía entre los jóvenes de 21 a 30 años el uso todos los días representa el 100%, como lo muestra el siguiente gráfico.

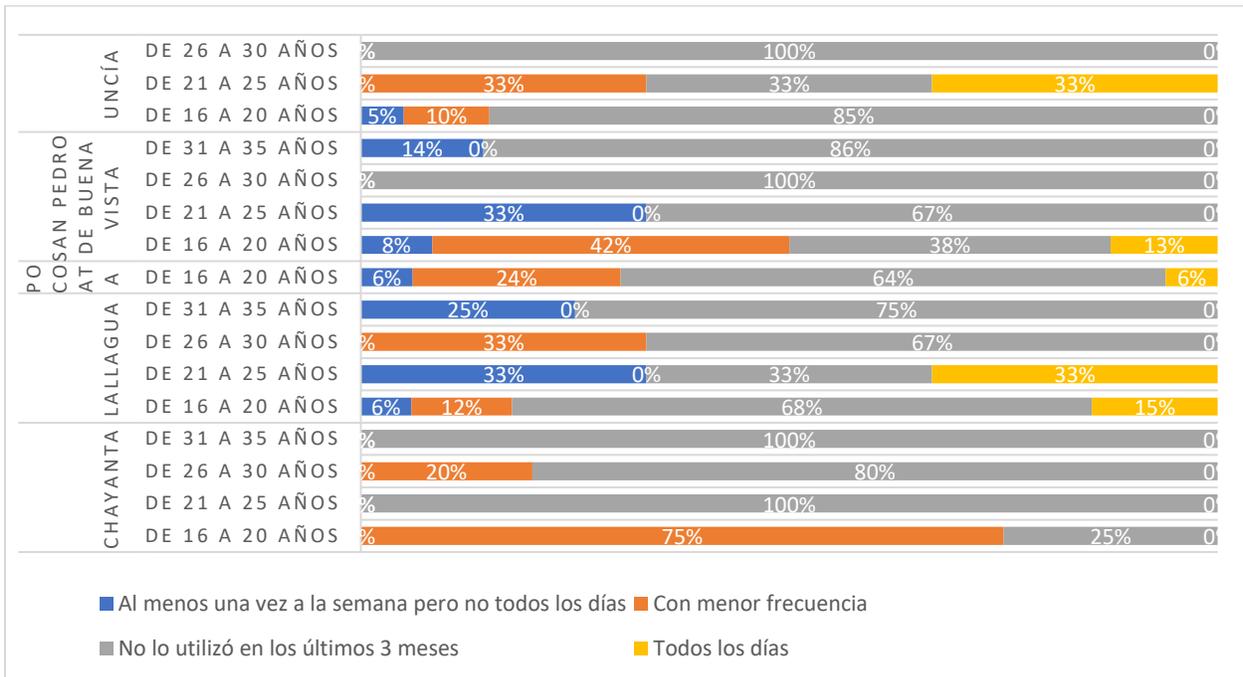
Gráfico 144. Frecuencia de uso de WhatsApp



En cuanto a la frecuencia del uso del Instagram

Los jóvenes de los municipios de Potosí en estudio han indicado claramente que no utilizan Instagram en un 65.5%, en general. En los municipios de Uncía y San Pedro de Buena vista entre los jóvenes de 26 a 30 años y que no lo utilizan representa el 100% y de la misma forma en Chayanta entre los jóvenes de 21 a 25 años y de 31 a 35 años, como lo muestra el siguiente gráfico.

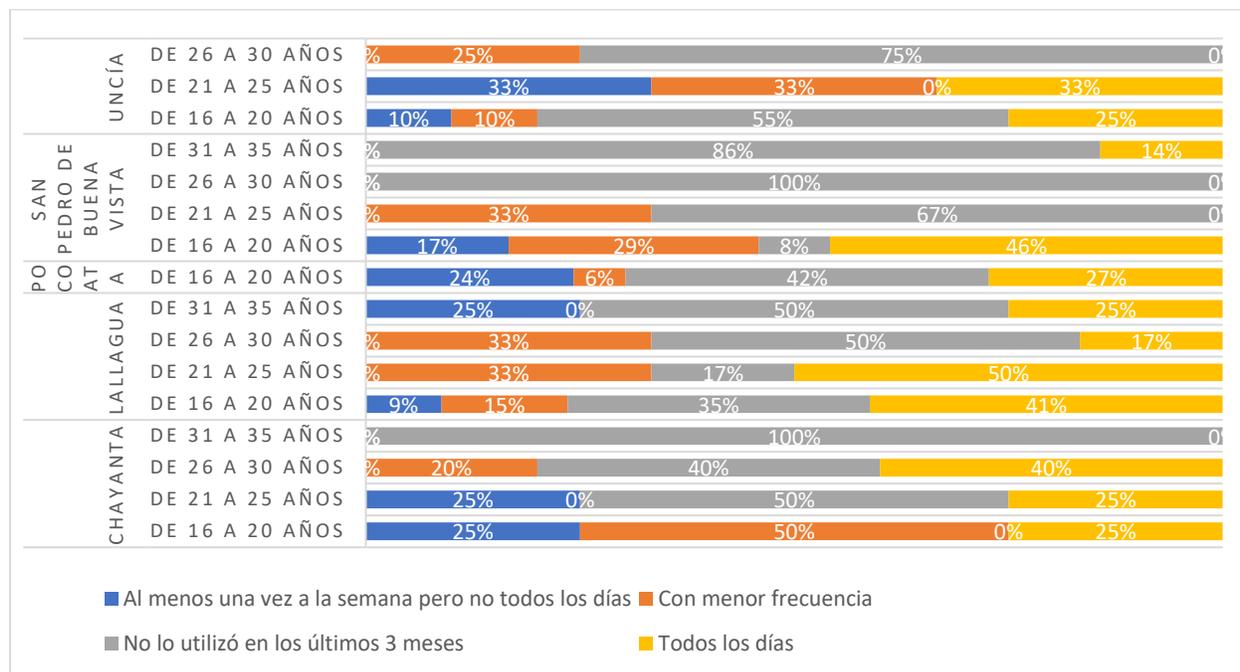
Gráfico 145. Frecuencia de uso de Instagram



En cuanto a la frecuencia del uso del TikTok

En general, los jóvenes de los municipios de Potosí en estudio han mencionado que utilizan TikTok todos los días en un 31.5%, un porcentaje bajo. En el municipio con mayor uso todos los días, Llallagua (38%), lo más destacado se encuentra entre los jóvenes de 21 a 25 años por el uso todos los días de un 50%. Por su parte, tanto en Chayanta como en San Pedro de Buena Vista, entre los jóvenes de 26 a 30 años y de 31 a 35 años respectivamente, no lo utilizaron en un 100%, como lo muestra el siguiente gráfico.

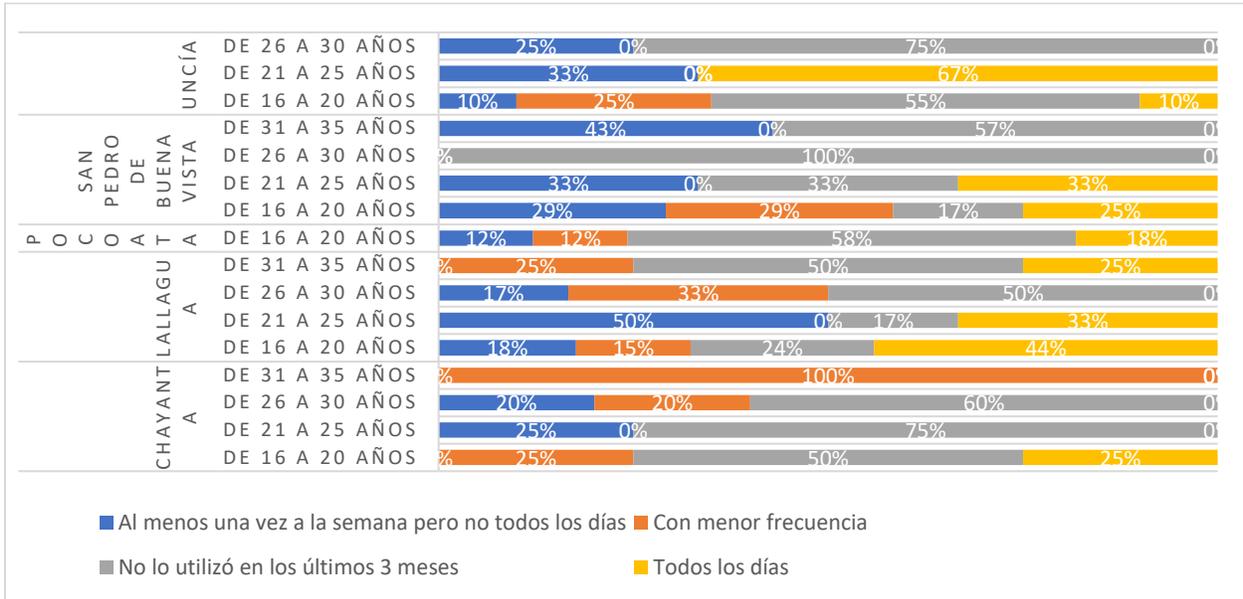
Gráfico 146. Frecuencia de uso de Tiktok



En cuanto a la frecuencia del uso del YouTube

Los jóvenes de los municipios de Potosí en estudio han indicado en general que no lo utilizan en un 41%. En el municipio San Pedro de Buena vista entre los jóvenes de 26 a 30 años no lo utilizan el 100% y con menor frecuencia en Chayanta entre los jóvenes de 31 a 35 años en 100%, como lo muestra el siguiente gráfico.

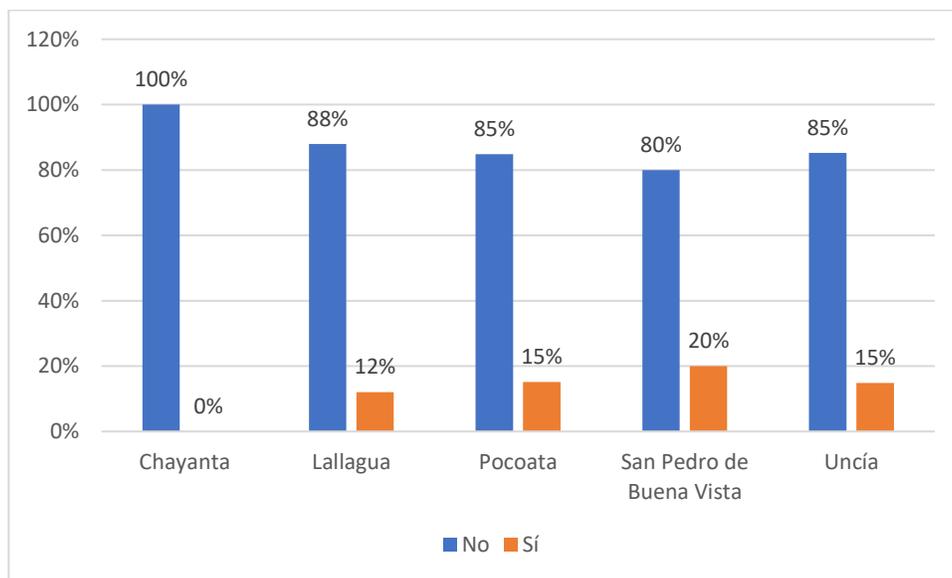
Gráfico 147. Frecuencia de uso de YouTube



Ante la pregunta: ¿Accedió a algún negocio digital a través de Internet? (Ej.: compró o vendió productos por Marketplace de Facebook, pagó servicios por Internet, etc.)

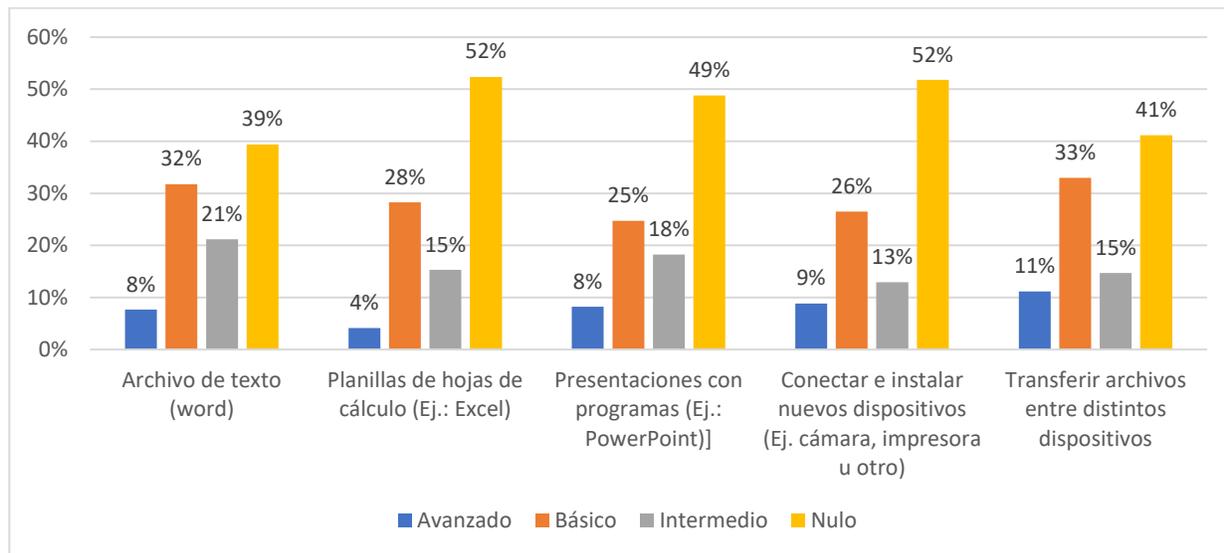
En el siguiente gráfico se observa que notoriamente en todos los municipios de Potosí en estudio, los jóvenes en su mayoría no accedieron a algún negocio digital; en este sentido, es marcado que no lo hayan realizado, pero sí hay casos donde se ha indicado que han comprado en línea en los últimos tres meses, no necesariamente en un lugar del municipio.

Gráfico 148. Acceso a negocios digitales



Notoriamente, en todos los municipios de Potosí en estudio, el nivel de conocimiento es nulo sobre el manejo del Word, Excel, Power Point, instalación de nuevos dispositivos y transferencia de archivos entre distintos dispositivos por el mayor porcentaje que representa, este porcentaje es mayor en el desconocimiento de planillas de hojas de cálculo (52%) y conectar e instalar nuevos dispositivos (52%).

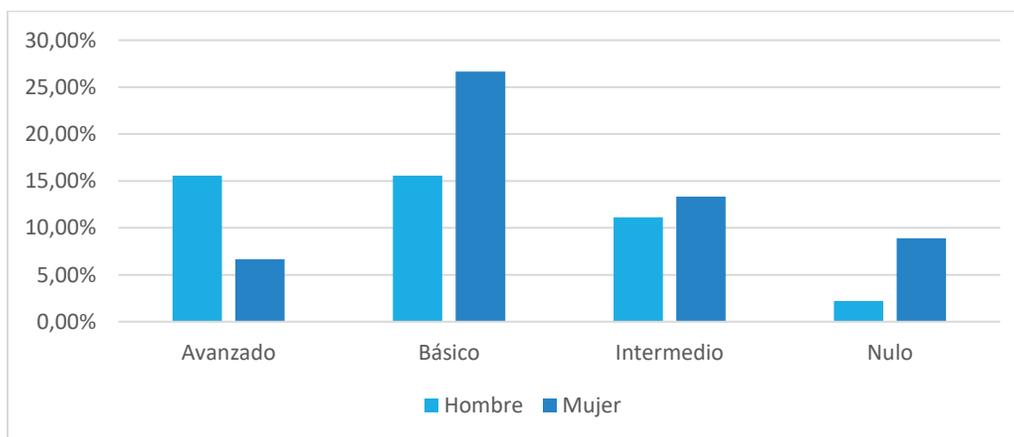
Gráfico 149. Nivel de conocimiento y uso de habilidades digitales



Los jóvenes cuentan con mayor facilidad para desarrollar habilidades en el uso de recursos y aplicaciones digitales. Hombres y mujeres tienen diferencias en el proceso de aprendizaje y aplicación de estos recursos, además del uso final.

En la región de norte potosino se puede ver que respecto al uso de aplicaciones, recursos y redes sociales, las mujeres cuentan con conocimientos básicos, intermedio y nulos debido al desarrollo de prácticas, tareas y actividades escolares o de formación. Los varones tienen conocimientos básicos en la aplicación.

Gráfico150. Nivel de conocimiento de habilidades digitales por hombres y mujeres



Capítulo IV - CONCLUSIONES

El trabajo de diagnóstico se basó en la realización de entrevistas a profundidad con actores relevantes como gobiernos municipales, centros de educación alternativa, institutos de formación, plataformas de concertación, asociaciones de guías, cámaras hoteleras y otros relevantes como el Chef Pierre Van O'ost.

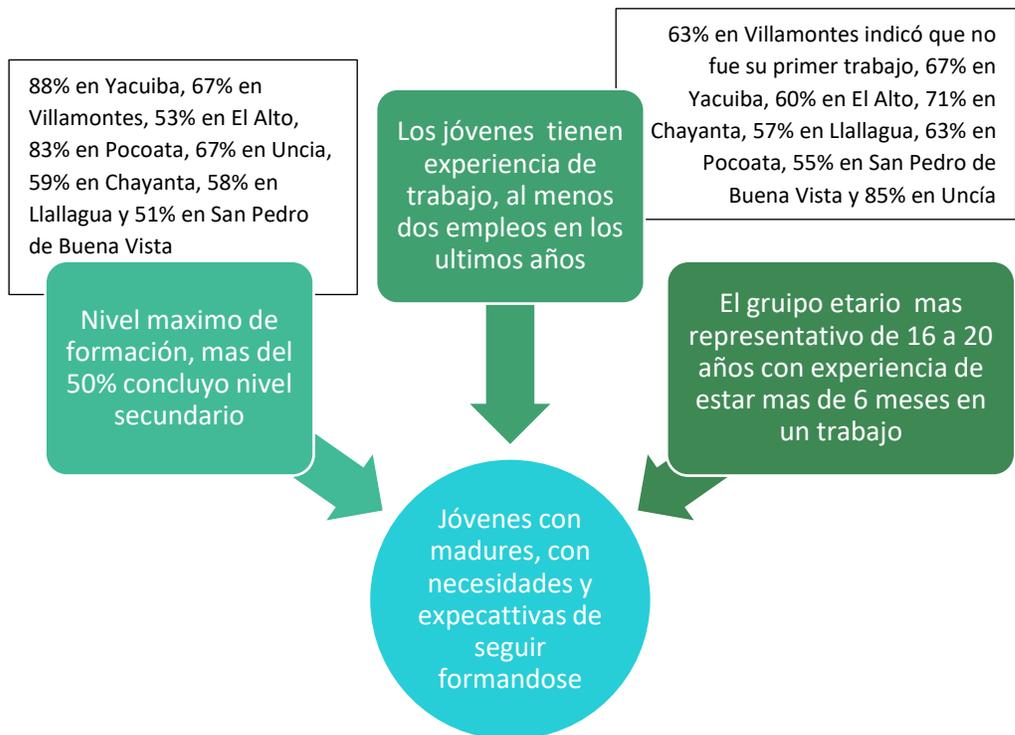
Se realizó un grupo focal en la ciudad de Villamontes, 2 en la ciudad de Yacuiba, 3 en el Norte de Potosí y 3 en la ciudad de El Alto.

Se levantaron encuestas con jóvenes estudiantes de unidades educativas, CEA e Institutos Tecnológicos: 150 en Tarija (Villamontes y Yacuiba), 210 en El Alto y 170 en Potosí (Chayanta, Llallagua, Pocoata, San Pedro de Buena Vista y Uncia).

En cuanto al **contexto de la actividad turística** se concluye:

- Se evidenció que en Yacuiba existe un potencial turístico pero el mismo todavía no es totalmente aprovechado. Se cuenta con dos proyectos en miras a: El Complejo turístico hotelero en la comunidad de Timboy Tiguazu y el segundo proyecto en el trekking de la serranía del Aguargüe.
- En Villamontes se identifican 9 atractivos turísticos en base a las cuales se diseñaron 8 rutas turísticas. La ruta de la Guerra del Chaco puede convertirse en una interesante oportunidad para desarrollar la actividad turística entre municipios de Bolivia y del Paraguay.
- La potencialidad identificada en El Alto es la ubicación estratégica como nexo con otros departamentos y países a través del aeropuerto internacional. Existen atractivos y rutas identificadas por el Gobierno Autónomo Municipal, sin embargo, se percibe que este municipio todavía se encuentra en la etapa de introducción del ciclo de vida del producto turístico.
- El norte de Potosí tiene potencial turístico, pero no cuenta con servicios gastronómicos y hoteleros que puedan cubrir la demanda de manera satisfactoria. Llallagua y Uncía pueden integrarse a Oruro en circuitos relacionados con la historia de la minería con toda la infraestructura construida en ese sector durante el auge de la minería del estaño. Pocoata, Chayanta y San José de Buena Vista pueden integrarse a circuitos con Toro Toro aprovechando la riqueza paleontológica de la zona. Sin embargo, ambos recorridos necesitan la intervención de profesionales e investigadores que puedan contribuir a identificar e interpretar el patrimonio y leyes municipales que lo resguarden.
- En cuanto al **contexto socioeconómico** es importante mencionar que la actividad económica de los servicios de hotelería y turismo en cada uno de los departamentos. En Tarija la principal actividad económica es la extracción de minas y canteras y la hotelería y turismo representa un 1% del PIB, En La Paz la actividad económica principal es la producción de Servicios de la Administración Pública y la actividad de turismo y hotelería representa un 2%. En Potosí la principal actividad es la minera y el turismo y hotelería también representa el 2%. Esto da un escenario donde las políticas y marco normativo que promueva el turismo, gastronomía y hotelería en los municipios del estudio no sean prioridades, genera que los jóvenes no encuentren incentivos para el desarrollo de nuevos negocios en el sector.
- En cuanto a la cobertura de los servicios básico, según el levantamiento de información realizada con los jóvenes, el 53% en Villamontes y el 63% en Yacuiba mencionaron que cuenta con luz, agua, alcantarillado y servicio de internet. En El Alto este porcentaje alcanza el 70%. En Potosí, el municipio de Llallagua es el que cuenta con mayor cobertura de servicio de luz, agua, alcantarillado e internet

(49%), En San Pedro de Buena Vista y Pocoata la mayor cantidad de jóvenes, 49% y 46% respectivamente, indicó que cuenta con luz y agua; En Chayanta el 59% indicó que cuenta con luz, agua y alcantarillado y en Uncia el 40% cuenta con luz, agua alcantarillado y servicio de internet y otro 33% con solo luz, agua y alcantarillado. Aún existe problema de acceso a un internet estable en el departamento de Potosí, aun cuando ha mejorado la conectividad, todavía no alcanza a un porcentaje elevado de la población. Otro factor que se identificó en los grupos focales es que la mayoría solo se conecta a través del celular usando datos que debe pagar, y no de forma gratuita, este factor genera limitaciones a un mejor uso del internet, como ser: capacitación/formación, investigación, promoción, venta, emprendimiento.



- En cuanto las **oportunidades de formación** se concluyen lo siguiente:
 - Desde un punto de vista de sistema de mercado, se identifica que en el municipio de El Alto existen más actores en cuanto a la cantidad de centros de formación e institutos tecnológicos y universidades que ofrecen carreras de formación técnica y de licenciatura; en Villamontes, Yacuiba y Norte de Potosí, las oportunidades son más reducidas. En Yacuiba y El Alto se cuenta con Escuelas Gastronómicas Manq'a. A pesar de que exista una oferta de formación parecida a la que ofrece el proyecto a los Centros de Formación (institutos o CEAS) ven como un complemento el aporte que pueda ofrecer las Escuelas Manq'a a la formación de los jóvenes.
 - En Villamontes se identifica una Plataforma de Turismo que promueve y apoya la formación técnica en el área de gastronomía, lo importante de contar con la plataforma de turismo es poder constituir en un espacio donde se reúnan a los empresarios de las empresas de turismo

que puedan demandar cursos de apoyo al sector turismo que puedan ser atendidos por los centros de formación.

- En cuanto al panorama laboral que actualmente enfrentan los jóvenes se identifica que en todos los municipios es restrictivo principalmente en hotelería y el turismo. Los negocios son principalmente familiares y la contratación es principalmente en el círculo de amigos y familia. Para constatar este hecho, se realizó un sondeo de las demandas de trabajo expuestas en el mercado (periódicos y redes sociales) , de las cuales las referidas a gastronomía, hotelería y turismo en Tarija significó el 1%, en El Alto el 5% y en Potosí el 6%.
- En cuanto a las expectativas de los jóvenes de ser parte de una formación en hotelería, gastronomía y turismo, se rescató el interés de la mayoría de los jóvenes: 54% en Villamontes, 60% en Yacuiba, 55% El Alto y 46% en los municipios de Potosí. Es importante mencionar que, en cuanto al turismo, se mostró mayor predisposición por los jóvenes en el municipio de Pocoata y San Pedro de Buena Vista. En cuanto al nivel de formación que los jóvenes quieren alcanzar destaca el nivel de licenciatura.
- En el análisis se identifican restricciones o limitaciones sistémicas en los servicios de apoyo de “información” desde los principales clientes que son los turistas hacia los proveedores de formación en temas de turismo, gastronomía y hotelería:

Municipios de Tarija: Hotelería: i) mejor atención al cliente, ii) provisión de información turística complementaria iii) procesos de check in y check out bien implementados; iv) Gestión ecológica y sostenible de los hoteles; en gastronomía: i) Innovación y perfeccionamiento del menú, ii) Inclusión de menús saludables con comida vegana y otras de dieta especializada.

Municipio de El Alto: Hotelería: i) mejor atención al cliente, ii) conocimiento del idioma inglés iii) procesos de check in y check out bien implementados; iii) servicios que garanticen la seguridad turística iv) limpieza y mantenimiento de los ambientes; en gastronomía: i) educación y mejor atención al cliente, ii) calidad en los servicios de desayuno; iii) higiene e inocuidad en el manejo de los alimentos.

Municipios de Potosí: i) gestión hotelera; ii) mejor atención al cliente, iii) limpieza y mantenimiento de los ambientes; en gastronomía: i) atención al cliente.

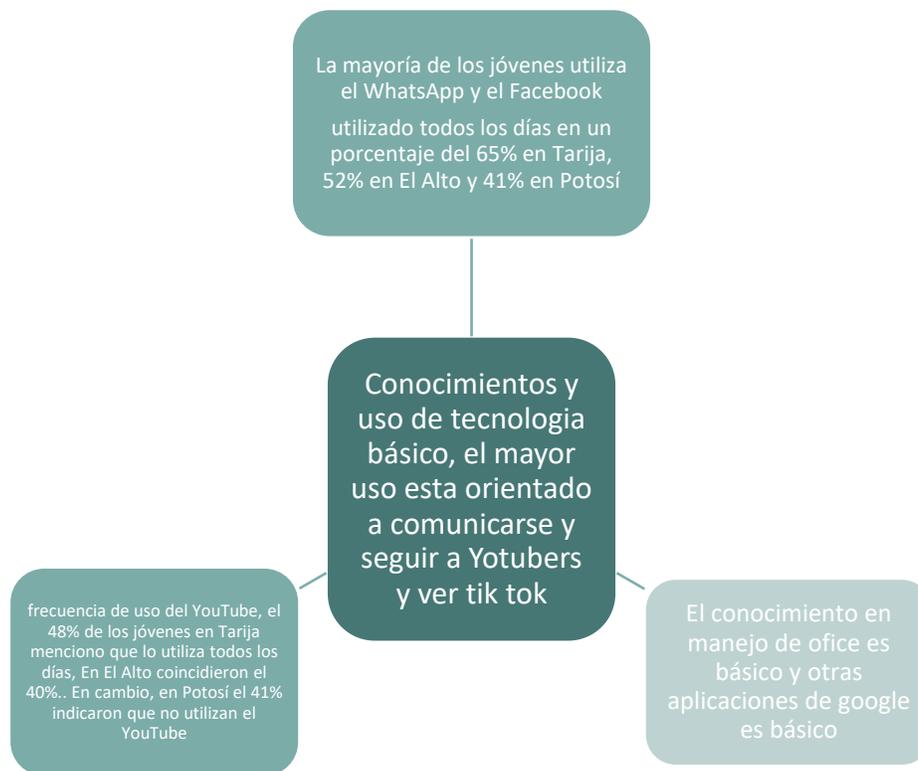
- Las causas sistémicas para las asimetrías de información son: Tarija: Débil articulación entre actores respecto a la transmisión de información efectiva desde los consumidores finales (turistas) recogida por los prestadores de servicio, hacia los centros de formación. El Alto y Potosí: Débil apoyo institucional desde la formación y otras instancias para generar un ecosistema emprendedor: negocios con servicios de calidad, infraestructura y equipamiento adecuado.
- En Potosí además se identifica que el servicio de apoyo de “formación de docentes” es débil. La causa es la falta de alianzas estratégicas con actores en el municipio para posibilitar el fortalecimiento de los conocimientos de los docentes.

- En cuanto a las necesidades, **demanda y uso de conectividad a internet**, se concluye:



- En cuanto las **oportunidades de emprendimiento y empleo** desde un enfoque sistémico, se identifica:
 - Existen acciones aisladas de los actores que promueven el emprendimiento como las llevadas a cabo por el Gobierno Autónomo Regional del Gran Chaco, los Gobiernos Municipales, o las llevadas a cabo por los Centros de Educación Alternativa en los distintos municipios, principalmente destaca en Potosí el CEA de Chayanta donde se motiva a los jóvenes a tener el grado de técnico medio a través de la presentación de un proyecto de emprendimiento. Asimismo en el CEA de Villamontes se realizó la feria “Emprendimiento Turístico en el CEA que Genera Autoempleo”
 - En las entrevistas sostenidas con los actores, se coincidió que se promueven desde los mismos centros de formación y otras instancias la propuesta de ideas de negocio, las cuales son interesantes y hasta prometedoras, principalmente en el área de gastronomía, pero que sin embargo las mismas quedan sin implementarse por la falta de un asesoramiento posterior más especializado y por la falta de recursos económicos.
 - En La Paz, actualmente se ejecuta el Proyecto REDEempleo ejecutado por la Cámara Nacional de Industria y financiado por la Unión Europea en Bolivia, involucra a cinco municipios del área metropolitana de la ciudad de La Paz, Bolivia (La Paz, El Alto, Achocalla, Viacha y Laja), cuyo uno de sus objetivos es el de consolidar redes de comunicación entre las autoridades públicas locales y el sector empresarial con la población joven.
 - En cuanto a la percepción de los jóvenes, los mismos mencionaron que no tienen conocimiento sobre programas o proyectos que promueven el emprendimiento en un 44% en Tarija, 73% en El Alto y un 68% en Potosí,
 - El 27% de los jóvenes en los municipios de Villamontes y Yacuiba emprende, el 16% en El Alto y el 18% en Potosí. La mayoría de los emprendimientos mencionados están relacionados a la gastronomía.

- Ante la pregunta si el joven ha trabajado en los últimos 3 meses, el 27% de los encuestados en El Alto dijo que si, el trabajo que principalmente fue mencionado fue el de ventas y luego el de gastronomía como ayudante de cocina, repostería y cajera de restaurante. En Potosí los que en mayor porcentaje realizaron un trabajo fueron los jóvenes de Pocoata y San Pedro de Buena Vista que realizaron principalmente actividades de agricultura y construcción. A diferencia de todos los demás municipios de Potosí, El Alto y de Tarija, en San Pedro de Buena Vista y Pocoata no se mencionaron trabajos relacionados con la actividad de gastronomía.
 - Los jóvenes mencionaron en un importante porcentaje que el salario que perciben no lo consideran justo 59% en Potosí. Los que trabajan en actividades relacionadas a la gastronomía en El Alto, el 30% mencionó que consideran que el salario no es justo y el 60% indicó que no se cumplen sus derechos laborales.
 - Un aspecto importante a mencionar es el hecho de que en El Alto, al existir un contexto turístico todavía en maduración, los jóvenes que estudian turismo y hotelería a un nivel de licenciatura, realizan sus trabajos en la ciudad de La Paz, este aspecto fue mencionado por la Cámara Departamental Hotelera y ratificado por alguno jóvenes de la Universidad Pública de El Alto.
 - En el análisis de las limitaciones sistémicas se identificó a la “formación” como principal limitación. Las causas a la limitación: Las instancias que ofrecen procesos de formación a un nivel técnico, todavía no cuentan con programas dirigidos a hotelería y turismo y gastronomía (con enfoque de turismo). En Potosí se identifica también que existe ausencia de especialistas (en turismo, antropología, etc) que pueda dar mayor valor a la riqueza cultural y turística existente en la región.
- En cuanto a las **oportunidades de acceso a herramientas tecnológicas** se concluye:
 - En cuanto a las habilidades en el manejo del internet en Villamontes mencionaron con mayor frecuencia que cuentan con un nivel básico; en Yacuiba mencionaron principalmente que cuentan con un nivel intermedio al igual que en El Alto y en Potosí un nivel básico. Es importante mencionar que en Chayanta y San Pedro de Buena Vista se han mencionado con alta frecuencia que existen estudiantes cuyo conocimiento es nulo.
 - Ante la pregunta si los jóvenes han realizado una transacción por una aplicación en internet, el 41% de jóvenes en Yacuiba ha mencionado que su conocimiento es nulo; en Villamontes el 36% ha indicado que tiene un conocimiento intermedio, el 39% en El Alto también ha indicado que es nulo y en Potosí alrededor del 80% ha mencionado que no tienen ningún conocimiento al respecto.



Lo mostrado en el gráfico anterior nos manifiesta una necesidad urgente de formación a los jóvenes, que aun estando en la ciudad de El Alto muestran brechas de conocimiento tecnologico, sobretodo en dar aplicación hacia temas de emprendimiento, formación, investigación, al pertenecer a grupos vulnerables, como: emigrantes rurales, indígenas, mamás solteras, no acceden a una capacitación adecuada y de calidad.