

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**TRABAJO DIRIGIDO**

**“PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO PARA  
EL MUNICIPIO DE ACHACACHI”**

**TUTOR ACADEMICO :** Msc. Enrique Ugalde Castro

**TUTOR INSTITUCIONAL:** Lic. Juan Carlos Quispe

**POSTULANTES :** Willy Fabio Tarqui  
Marco A. Rodríguez Chavarria

**LA PAZ – BOLIVIA  
2007**



*Damos infinitas gracias...  
A Dios, por el camino recorrido...  
A mis padres, por su amor y apoyo...  
A la vida.... Por lo aprendido y lo nuevo por  
aprender....*

# INDICE

## CAPITULO I ASPECTOS GENERALES

1.-	ANTECEDENTES	1
2.-	JUSTIFICACIÓN	1
2.1.-	JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	1
2.2.-	JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	1
2.3.-	JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA	1
3.-	IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	2
4.-	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	2
5.-	METODO DE INVESTIGACION	3
6.-	LIMITES Y ALCANCE	3

## CAPITULO II MARCO CONCEPTUAL

1.-	PLANEACIÓN	5
1.1.-	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	5
1.2.-	NIVELES DE PLANIFICACIÓN	6
1.3.-	BENEFICIOS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	7
1.4.-	LIMITACIONES DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	7
1.5.-	PROCESO DE LA PLANEACION ESTRATEGICA	7
1.5.1.-	MISIÓN	8
1.5.2.-	OBJETIVOS	8
1.5.3.-	POLÍTICAS	9
1.6.-	ESTRATEGIAS	9
1.6.1.-	JERARQUÍAS DE ESTRATEGIAS	9
1.6.2.-	TIPOS DE ESTRATEGIAS.	10
1.7.-	FODA (TOWS)	11
1.8.-	DESARROLLO SOSTENIBLE	13
1.9.-	OBJETIVO DEL DESARROLLO SOSTENIBLE	14
2.-	EL TURISMO	14
2.1.-	TURISMO EN ÁREAS RURALES	15
2.1.2.-	MODALIDADES DE TURISMO	15
2.1.3.-	EL SISTEMA TURÍSTICO	17
2.1.3.1.-	DEMANDA TURÍSTICA	18
2.1.3.1.1.-	TURISTA	18
2.1.3.1.2.-	FORMAS DE TURISMO DESDE EL LADO DE LA DEMANDA	18
2.1.3.1.3.-	FACTORES DETERMINANTES DE LA DEMANDA TURÍSTICA	19
2.1.3.2.-	OFERTA TURÍSTICA	20



2.1.3.2.1.-	ELEMENTOS NO INTEGRANTES DE LA OFERTA TURÍSTICA	20
2.1.3.3.-	ESPACIO GEOGRÁFICO	21
2.1.3.4.-	OPERADORES TURÍSTICOS	21
2.2.-	IMPACTOS DEL TURISMO	22
2.2.1.-	IMPACTO DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA	22
2.2.1.1.-	EFFECTOS POSITIVOS EN LA ECONOMÍA	23
2.2.1.1.1.-	EFFECTO MULTIPLICADOR	23
2.2.1.1.2.-	EFFECTOS INDUCIDOS ENTRE SECTORES	24
2.2.1.1.3.-	EL GASTO TURÍSTICO	24
2.2.1.2.-	EFFECTOS NEGATIVOS EN LA ECONOMÍA	24
2.2.2.-	EFFECTOS POSITIVOS SOCIO CULTURALES	25
2.2.2.1.-	EFFECTOS NEGATIVOS SOCIO CULTURALES	25
2.2.3.-	IMPACTOS AMBIENTALES	26
2.2.3.1.-	EFFECTOS AMBIENTALES POSITIVOS	26
2.2.3.2.-	EFFECTOS AMBIENTALES NEGATIVOS	26
2.2.3.3.-	EL IMPACTO DEL TURISMO EN EL MEDIO AMBIENTE	26
3.-	PLANIFICACIÓN TURÍSTICA	27
3.1.-	IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACION TURISTICA	27
3.1.1.-	AMBITO DE LA PLANIFICACION TURISTICA	27
3.1.2.-	NIVELES DE PLANIFICACION	27
3.1.2.1.-	Planificación a nivel local	27
3.1.2.2.-	Planificación a nivel regional	27
3.1.2.3.-	Planificación a nivel nacional	28
3.1.2.4.-	Planificación a nivel supranacional	28
3.1.3.-	ETAPAS DE PLANIFICACION ESTRATEGICA.	28
3.1.3.1.-	Análisis de los desarrollos turísticos previos	28
3.1.3.2.-	Determinación de la posición turística actual	28
3.1.3.3.-	Elaboración de las siguientes políticas a seguir	28
3.1.3.4.-	Puesta en práctica de las políticas establecidas	28
3.1.4.-	ELEMENTOS DE LA PLANIFICACION TURISTICA	29
3.1.4.1.-	Imagen deseada o imagen objetivo.	29
3.1.4.2.-	Diagnostico	29
3.1.4.3.-	Fijación.	29
3.1.4.4.-	Determinación de estrategias	29
3.1.4.5.-	Determinación de instrumentos	29
3.1.4.6.-	Categorías de instrumentos	29
3.1.4.7.-	Mecanismo de ordenación para los instrumentos de planificación	29
3.1.5.-	PLANIFICACION COMO INSTRUMENTO DE GESTION	30
3.1.5.1.-	Medidas para obtener un producto competitivo	30
3.1.6.-	CONFLUENCIA DE DIFERENTES DISCIPLINAS EN EL DESARROLLO TURISTICO	30
3.1.7.-	IMPORTANCIA DE LA INFORMACION SOBRE EL DESTINO TURISTICO	30



3.2.-	TURISMO SOSTENIBLE	31
3.2.1.-	COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURISTICOS	32
3.2.1.1.-	VENTAJA COMPARATIVA VERSUS VENTAJA COMPETITIVA	33

### **CAPITULO III** **MARCO LEGAL**

1.-	ANALISIS DE LA LEY DE PARTICIPACION POPULAR	34
1.1.-	RECURSOS DE LA PARTICIPACION POPULAR	35
2.-	LEY DE MUNICIPALIDADES No.2028	35
3.-	LEY DE DESCENTRALIZACION ADMINISTRATIVA (No. 1654)	37
4.-	LEY DE PROMOCION Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA (2074)	38
5.-	LEY DE ADMINISTRACIÓN Y CONTROL GUBERNAMENTALES (SAL) LEY Nº 1178 DE 20 DE JULIO DE 1990	39

### **CAPITULO IV** **DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

1.-	PLAN Y METODO DE INVESTIGACIÓN	40
1.1.-	INVESTIGACIÓN DE CAMPO	40
2.-	UNIVERSO Y MUESTRA	40
2.1.-	Tamaño de la muestra	42
3.-	ELECCION DE FUENTES DE INFORMACION	43
4.-	AGENDA DE CAPACITACION TURISTICA	44

### **CAPITULO V** **DIAGNOSTICO**

1.-	OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO	45
2.-	ALCANCE Y METODOLOGÍA DEL DIAGNOSTICO	45
3.-	REFERENCIAS INSTITUCIONALES	45
4.-	ACTUAL PLANIFICACIÓN DEL MUNICIPIO	50
4.1.-	MISIÓN	50
4.2.-	OBJETIVOS	50
4.3.-	ESTRATEGIAS	50
4.4.-	PROCEDIMIENTOS	50
4.5.-	REGLAS	51
4.6.-	PROGRAMAS	51
4.7.-	INGRESOS	52
4.8.-	PROGRAMA DE PROMOCIÓN	53
4.9.-	ESTRUCTURA ORGÁNICA	53
5.-	RECURSOS TURÍSTICOS	53



5.1.-	INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHACACHI	54
5.2.-	FIESTAS TRADICIONALES	61
6.-	INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE ACHACACHI	65
6.1.-	Infraestructura básica de servicios:	65
7.-	IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA POBLACIÓN LOCAL.	67
7.1.-	Impacto Social	67
7.2.-	Impacto Cultural	67
7.3.-	Impacto Ambiental	68
8.-	CANTIDAD DE VISITANTES	68
9.-	RESULTADOS DE LA ENCUESTA	70
9.1.-	ANÁLISIS DE LOS TURISTAS NACIONALES	70
9.2.-	ANÁLISIS DE TURISTAS EXTRANJEROS	74
10.-	CONCLUSIONES DEL DIAGNOSTICO	80
10.1.-	INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA.	80
10.2.-	ANÁLISIS DE TURISTAS	80
10.2.1.-	ANÁLISIS DE TURISTAS NACIONALES	80
10.2.2.-	ANÁLISIS DE TURISTAS EXTRANJEROS	81
10.3.-	AGENCIAS DE VIAJE	81



## CAPITULO VI DESARROLLO DE LA PROPUESTA

1.-	INTRODUCCIÓN	84
2.-	NORMATIVA LEGAL PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO	84
2.1.-	MANDATO LEGAL	84
2.2.-	MANDATO SOCIAL	85
3.-	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	85
3.1.-	VISIÓN	85
3.2.-	MISIÓN	85
3.3.-	DETERMINACIÓN DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	86
4.-	PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	86
5.-	PRESUPUESTO	96
5.1.-	FINANCIAMIENTO INTERNO	96
5.2.-	FINANCIAMIENTO EXTERNO	96
5.3.-	ESTRUCTURA PRESUPUESTARIA	96
6.-	AMPLITUD DEL PLAN ESTRATÉGICO	99
6.1.-	CORTO PLAZO	99
6.2.-	MEDIANO PLAZO	99
6.3.-	LARGO PLAZO	100
	CONCLUSIONES	101
	RECOMENDACIONES	102

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación esta dirigido a desarrollar la planeación estratégica para el desarrollo sostenible del municipio de Achacachi utilizando al turismo como herramienta para el aprovechamiento de las ventajas comparativas en el sector del turismo que posee la región .

El trabajo de investigación proviene de un interés para determinar cuales son las causas que impiden el aprovechamiento de las ventajas comparativas en el sector de turismo que posee el municipio de Achacachi primera sección de la provincia Omasuyos del departamento de La Paz.

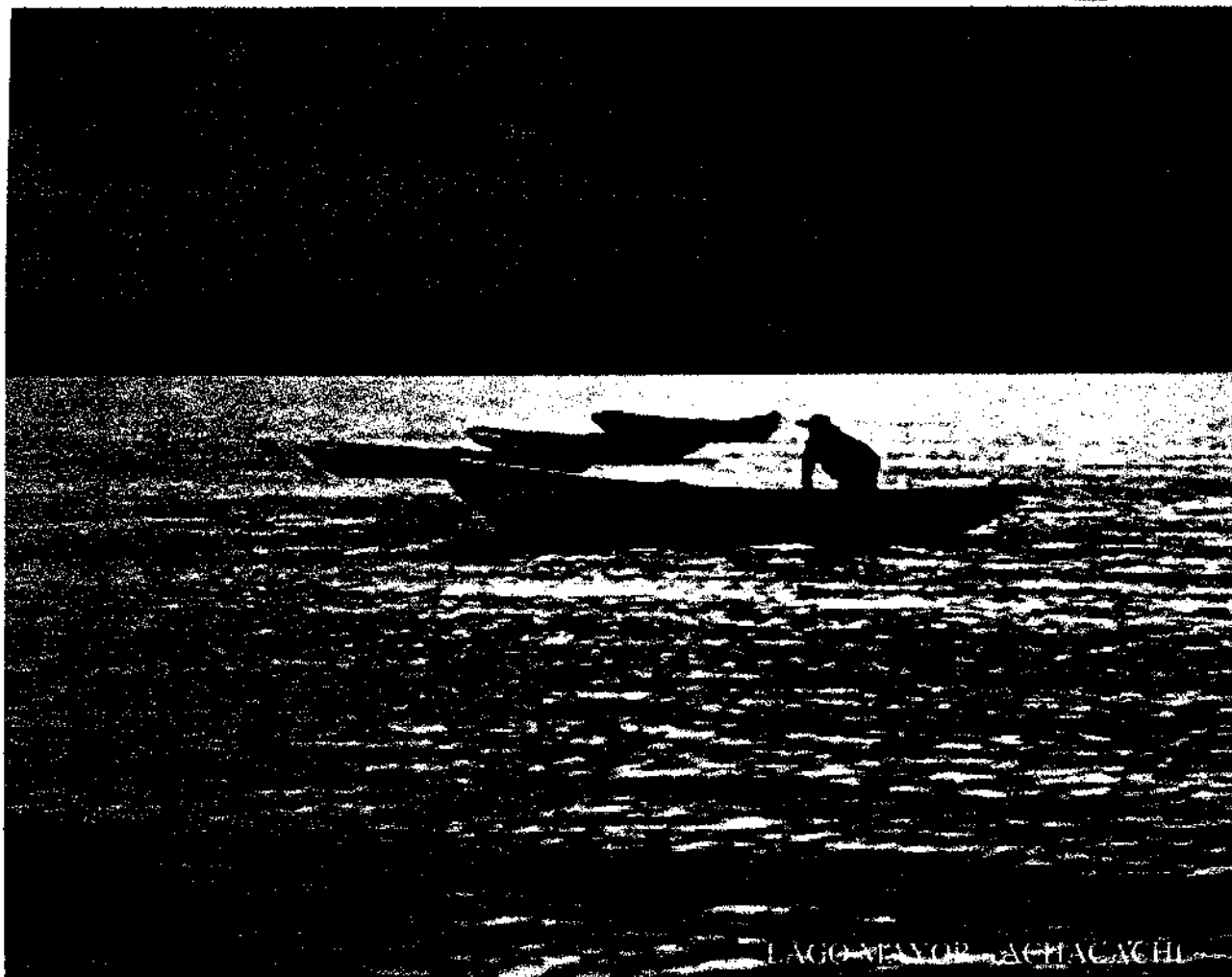
El desconocimiento de los atractivos turísticos que posee la región postergan el desarrollo de la actividad turística, lo que imposibilita apreciar y percibir los beneficios del efecto multiplicador en la economía local del municipio de Achacachi.

El desarrollo del presente trabajo de investigación esta organizado de la siguiente manera se parte de los antecedentes del lugar de estudio, luego se plantea la problemática se determinan los objetivos las justificaciones que vienen a ser los aspectos generales que es la primera parte del trabajo de investigación.

La segunda parte se refiere al marco conceptual en el cual se desarrollan definiciones que tienen por objeto el respaldo a la investigación, la tercera parte esta referida al marco legal sobre la cual se desenvuelve la actividad del municipio de Achacachi la cuarta parte esta determinada por el diseño de la investigación donde se parte de los aspectos metodológicos en la cual se describe el método de investigación, la quinta parte esta conformada por el desarrollo del trabajo de campo donde se realiza un análisis interno y externo del municipio con la ayuda de la matriz FODA.

Y finalmente la ultima parte del trabajo de investigación esta conformada por el planteamiento de la propuesta, las recomendaciones y conclusiones finales de la investigación.

# CAPITULO I



LAGO MAYOR TITICACA



## CAPITULO I

### ASPECTOS GENERALES

#### **1.- ANTECEDENTES**

El municipio de Achacachi es la primera sección municipal de la provincia Omasuyos geográficamente esta ubicada en el altiplano norte de la región andina de Bolivia. La provincia Omasuyos limita al norte con las provincias Larecaja, Camacho y Muñecas; al sud con la provincia Los Andes; al este con las provincias Larecaja y Murillo y finalmente al oeste con la provincia Manco Capak y el lago Titicaca. La capital de la provincia Omasuyos es Achacachi y se constituye en la primera sección municipal siendo Ancoraimes la segunda sección municipal de la provincia. El municipio de Achacachi tiene una extensión territorial de 2.113 km<sup>2</sup> <sup>1</sup>.

#### **2.- JUSTIFICACIÓN**

##### **2.1.- JUSTIFICACIÓN TEÓRICA**

La elaboración del presente trabajo refleja su justificación en la búsqueda a través de la revisión de bases teóricas las cuales conduzcan a determinar posibles soluciones a la problemática turística.

Esto nos permite poner en práctica los conocimientos académicos en: gestión estratégica, planificación, organización, mercadotecnia y estadística.

##### **2.2.- JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA**

La elaboración del documento permitirá generar opciones de desarrollo económico con una actividad social incluyente mediante la implantación de políticas públicas del gobierno municipal referidas al turismo conforme a las oportunidades latentes generando un impacto productivo y sostenible.

##### **2.3.- JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA**

El turismo es una actividad que genera grandes beneficios económicos por su actividad multiplicadora, mejorando las condiciones de vida de las comunidades.

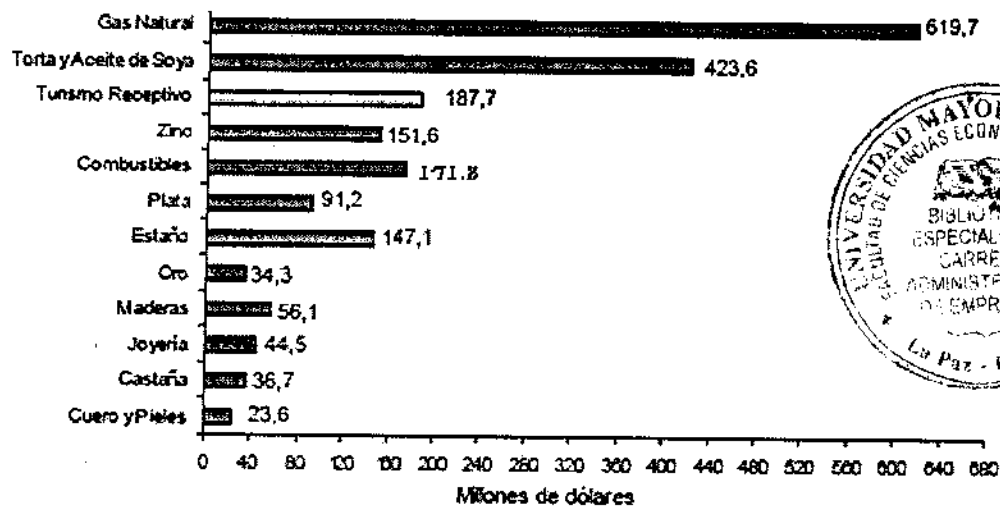
La actividad turística se ubica en el tercer lugar en el aporte de ingresos económicos que percibe Bolivia en relación a los ingresos de exportación por otras actividades económicas que a continuación se detalla en la siguiente grafica.

---

<sup>1</sup> Plan de Desarrollo Municipal de Achacachi 2006-2010

### GRAFICO N° 1:

INGRESOS POR TURISMO RECEPTIVO Vs. VALORES DE EXPORTACIÓN DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INE.

### 3.- IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El municipio de Achacachi no cuenta con planes, estrategias y políticas que incentiven la actividad turística integral y sostenible en la región, a pesar que existe gran potencial turístico.

Sin embargo cuenta con potencialidades muy importantes para el turismo con paisajes naturales y una ubicación en riveras del lago Titicaca.

Estas potencialidades pueden aprovecharse en beneficio de la población a través de la elaboración de diversos proyectos que tienden a favorecer la actividad turística.

"El municipio de Achacachi no cuenta con un plan estratégico para impulsar su actividad turística que puede constituirse en un factor de desarrollo económico sostenible para sus comunidades."

### 4.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### • OBJETIVO GENERAL

"ELABORAR UN PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO, CONCERTADO CON AUTORIDADES DEL MUNICIPIO PARA IMPULSAR EL TURISMO COMO FACTOR DEL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOSTENIBLE EN EL MUNICIPIO DE ACHACACHI"

- **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Elaborar un diagnóstico de situación del sector turístico y hacer un levantamiento de información de la actividad turística en el municipio de Achacachi.
- Realizar el inventario de los recursos turísticos del municipio.
- Realizar el análisis FODA e identificar las potencialidades y limitaciones del municipio.
- Elaborar una agenda de capacitación turística municipal.
- Establecer mecanismos de coordinación entre los actores económicos (públicos y privados) para impulsar el desarrollo sostenible en el municipio.

## **5.- METODO DE INVESTIGACION**

- **Método Deductivo**

El cual se aplican los principios generales a casos particulares, a partir de un enlace de juicios. El papel de la deducción en la investigación consiste en estudiar principios aplicables a casos particulares de una determinada realidad.<sup>3</sup>

- **Método analítico**

Este método nos permite descomponer el todo en sus partes constitutivas ya que consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo las relaciones entre las mismas.<sup>4</sup>

## **6.- LIMITES Y ALCANCE**

- **AMBITO GEOGRÁFICO**

El estudio de la presente investigación esta delimitada al municipio de Achacachi primera sección de la provincia Omasuyos del departamento de La Paz

- **SECTOR ECONÓMICO**

Esta enmarcada al sector terciario de la economía boliviana, debido a que se refiere al sector turístico, que incluirá a los rubros de servicios sociales y personales, transporte, restaurantes, hotelería, comunicación, entre otros.

---

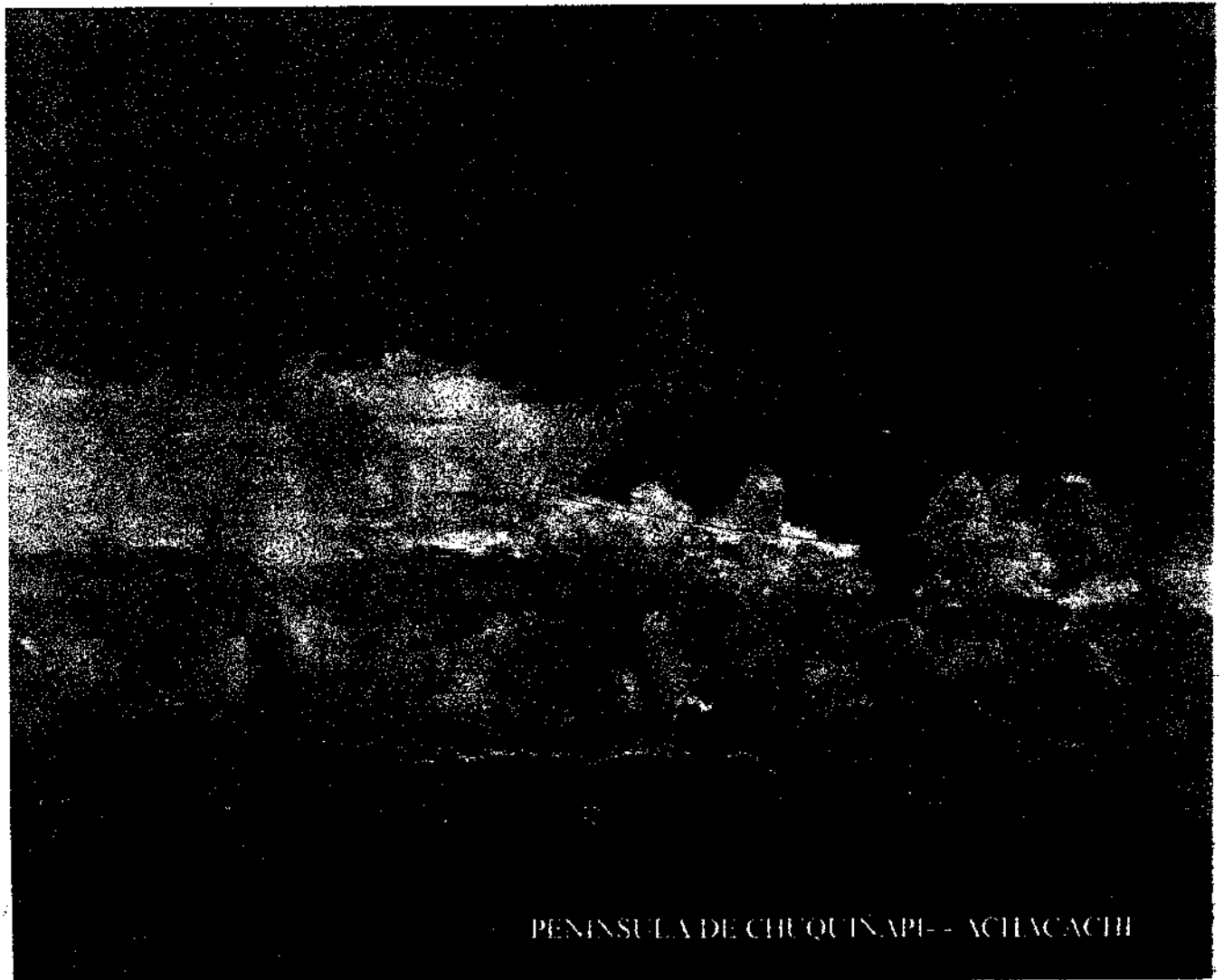
<sup>3</sup> Carrillo Landeros Ramiro METODOLOGIA Y ADMINISTRACION, Pág. 36.

<sup>4</sup>Rodriguez Miguel TEORIA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA, Pág. 39.

- **AREA TEMÁTICA**

- AREA GENERAL: El área temática general estará centrada en la administración.
- AREA ESPECIFICA: Estará delimitada por la planificación estratégica.
- AREA PARTICULAR: Estará concentrada en el desarrollo de la actividad Turística.

# CAPITULO II



PENINSULA DE CHUQUINAPI - ACHACACHI

## CAPITULO II

### MARCO CONCEPTUAL

En este capítulo se presenta la exposición de los diferentes conceptos teóricos relativos al tema de la investigación, se realiza una exposición resumida de la investigación bibliográfica ordenada de forma secuencial y consecuente con el tema del presente trabajo.

#### 1.- PLANEACIÓN

"La planeación es el diseño de un futuro deseado y de los medios efectivos para realizarlos"<sup>5</sup>

"La planeación es decir ahora lo que se hará mas tarde, incluyendo cuándo y cómo se hará"<sup>6</sup>

"La planificación es la previa labor promocional y por excelencia, la mas brillante de cualquier organismo directivo. El plan es lo contrario del azar y significa la aplicación del máximo de conocimientos puestos al servicio de una empresa con el fin de obtener el mejor resultado. Requiere por tanto una determinación de fines a lograr, un análisis de las posibilidades y necesidades de actuación, y como es lógico una programación de actividades."<sup>7</sup>

#### 1.1.- PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

"La planificación estratégica es el conjunto de decisiones y acciones que conducen al desarrollo de una estrategia efectiva."<sup>8</sup>

" La planificación estratégica es el esfuerzo sistemático y formal de una compañía para establecer sus propósitos, objetivos, políticas y estrategias básica, para desarrollar planes detallados con el fin de poner en práctica las

---

<sup>5</sup> Williams Stanton, Michael Etsel Bruce J. Walquer "FUNDAMENTOS DE MARKETING" Ed. Novena Mexico 1992 Pag. 612

<sup>6</sup> Luis Fernando Fuster, "INTRODUCCION A LA TEORIA Y TECNICA DEL TURISMO" Ed. Alianza Madrid España segunda edición 1998 Pag 651

<sup>7</sup> Harold Koontz, Heinz Weihrich. "ADMINISTRACION" Ed. Mc Graw Hill Interamericana Mexico, 9na Edición 1990 Pág. 70

<sup>8</sup> Peter Orucker, "PLANEACIÓN ESTRATÉGICA LO QUE TODO DIRECTOR DEBE SABER", Ed. Continental, México 1.998, Pág. 41 al 49

pólíticas y estrategias y así lograr los objetivos y propósitos básicos de la compañía."<sup>9</sup>

"La planeación estratégica se puede definir como el proceso administrativo de igualar los recursos de una empresa con sus oportunidades de mercado a largo plazo. El desarrollo de planes para toda la compañía proporciona la estructura dentro de la cual se realiza la planeación estratégica en las diversas divisiones de la empresa."<sup>10</sup>

"Planeamiento estratégico se refiere a la manera por la cual una empresa pretende aplicar una determinada estrategia para alcanzar los objetivos propuestos."<sup>11</sup>

"La planificación estratégica es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo."<sup>12</sup>

"La planificación estratégica es una exposición que define la misión de una organización y su futura dirección, los objetivos de desempeño a corto y largo plazo y la estrategia"<sup>13</sup>

## 1.2.- NIVELES DE PLANIFICACIÓN

La planificación estratégica se establece a tres niveles, según Jean Paul Sallenave:

- a) A nivel de la empresa total, la planificación estratégica a nivel de la empresa contesta tres preguntas fundamentales sobre el presente y el futuro de la empresa, éstas son:
  - ¿Dónde invertir los recursos actuales de la empresa?
  - ¿De dónde se podrán obtener los recursos futuros?
  - ¿Cómo asegurar la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad?
- b) A nivel de división, en este nivel se busca determinar cómo se logrará el éxito en los sectores escogidos. La planificación estratégica a nivel de división requiere técnicas distintas de las que se utilizan a nivel de la planificación

<sup>9</sup> George A Steiner, "PLANEACIÓN ESTRATÉGICA LO QUE TODO DIRECTOR DEBE SABER", Ed. Continental, México 1998, Pág. 41 al 49

<sup>10</sup> William J Stanton Michael J. Etzel Brucej. Walker "FUNDAMENTOS DE MARKETING" 9na edición Me Graw Mexico 1992 pag 13

<sup>11</sup> Idalberto Chiavenato "INTRADUCCION A LA TEORIA GENERAL DE LA ADMINISTRACION" Ed Me Graw Mexico 1990 pag 278

<sup>12</sup> Jean Paul Sallenave, "LA GERENCIA INTEGRAL" Ed Norma S.A. Colombia 1994 Pag. 173, 175.

<sup>13</sup> Arthur Thompson y A. J. "PLANIFICACION ESTRATEGICA" 9na edición Me Graw Mexico 1992 pag 18

global como: el análisis competitivo, segmentación del mercado y diferenciación del producto.

- c) A nivel funcional: este nivel es el más crítico, pues la mejor estrategia puede sucumbir a las peores políticas. Este es el nivel dentro de la estructura divisional en el cual se responsabiliza de llevar a cabo el plan estratégico elaborado.

### **1.3.- BENEFICIOS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**

La planeación introduce un nuevo conjunto de fuerzas y medios para tomar decisiones, entre estos tenemos:<sup>14</sup>

- Simula el futuro.
- Aplica el enfoque de sistemas.
- Exige el establecimiento de objetivos.
- Revela y aclara oportunidades y peligros futuros.
- La estructura para la toma de decisiones en toda la empresa.
- Base para otras funciones directivas.
- Mide el desempeño.
- Canal de comunicación.
- Sentido de participación



### **1.4.- LIMITACIONES DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**

La planeación estratégica tiene sus limitaciones, entre algunas de éstas tenemos:

- El medio ambiente puede resultar diferente de lo esperado.
- Resistencia interna.
- La planeación es cara
- Crisis momentáneas.
- Planear es difícil.
- Los planes concluidos limitan las opciones.
- Limitaciones impuestas.

### **1.5.- PROCESO DE LA PLANEACION ESTRATEGICA**

El proceso de la planeación estratégica consta fundamentalmente de 5 pasos y son los siguientes:<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Ibidem, Pág. 49 al 51

<sup>15</sup> RODRIGUEZ VALENCIA JUAQUIN "ADMINISTRACION CON ENFOQUE ESTRATEGICO" ED. TRILLAS 2000 Pag.160



- Establecimiento de la misión; En esta etapa se realizara la definición del negocio y se determinan los objetivos a largo plazo.
- Revisión del ambiente externo: Donde se realizara el análisis del macro ambiente (evaluación de las amenazas y debilidades)
- Revisión del ambiente interno: Donde se hace la evaluación de los valores y recursos de la institución, así como también se realizara el análisis de las fortalezas y debilidades de la organización
- Definición y selección de las estrategias organizacionales.
- Implementación de las estrategias.

### **1.5.1.- MISIÓN**

"La misión es la premisa fundamental que orientan a una organización hacia lo que aspira y puede ser."<sup>16</sup> "La misión es la función o tarea básica de una organización o de alguno de sus departamentos o unidades."<sup>17</sup>

En todo sistema social, las organizaciones tienen una función o tareas básicas que la sociedad les asigna. Identificar la misión le ayuda a la organización a determinar su esfera de actividades y a establecer las formas en que sus gerentes y empleados deberán llevarlas a cabo.

### **1.5.2.- OBJETIVOS**

"Los objetivos son los fines, son los blancos que orienta y dirige las acciones administrativas. Los objetivos son valores visualizados o resultados deseados por la organización son los fines a los que se dirigen las actividades organizacionales e individuales."<sup>18</sup>

Los objetivos representan no solo el punto terminal de la planeación, también el fin que se persigue mediante el procesó administrativo.

Los objetivos deben ser verificables y cuantificables, para que al final del periodo puedan ser medidos. Los objetivos claros y verificables facilitan la medición del grado de cumplimiento de estos, así como la eficacia de las acciones administrativas.

---

<sup>16</sup> MORRISEY, GEORGE L.OP CIT, Pag.35

<sup>17</sup> Guía Metodológica para la formulación del Plan Estratégico Institucional Prefectural Pág. 21

<sup>18</sup> RODRIGUEZ VALENCIA JUAQUIN "ADMINISTRACION CON ENFOQUE ESTRATEGICO" ED. TRILLAS 2000 Pag.162

### **1.5.3.- POLÍTICAS**

Las políticas son lineamientos generales de acción, un conjunto de criterios que tienen el propósito de guiar, o encuadrar, las estrategias y actividades desarrolladas por miembros de una organización para el logro de sus objetivos.

Son guías de acción y pensamiento para los miembros de la organización que definen áreas de dirección concreta.

### **1.6.- ESTRATEGIAS**

Para **Alfred Chandler** "La estrategia es la determinación de las metas y objetivos básicos a largo plazo de una organización, junto a la adopción de los cursos de acción y de la asignación de los recursos necesarios para lograr estos propósitos."<sup>19</sup>

Para **Thompson** "La estrategia es el patrón de acciones y de enfoques de negocios que emplean los administradores para complacer a los clientes, crear una posición de mercado atractiva y lograr los objetivos organizacionales". "La estrategia de una organización consiste en las acciones y en una variedad de medidas competitivas que emplea la administración para lograr el desempeño organizacional promedio."<sup>20</sup>

Si los objetivos son los "qué", las estrategias son los "cómo", entonces las estrategias de la organización conciernen al cómo: cómo lograr los objetivos, como responder a las condiciones cambiantes del entorno, cómo administrar cada parte funcional de la organización, cómo desarrollar las capacidades organizacionales necesarias, etc. Estos aspectos del cómo, tienden a ser específicos de la organización, adaptados a su situación y a sus objetivos.

#### **1.6.1.- JERARQUÍAS DE ESTRATEGIAS**

Existen tres niveles principales de jerarquías que son:<sup>21</sup>

1. Estrategia directiva, esta estrategia debe contestar a la siguiente interrogante:  
¿En que clase de negocio debemos estar?, con esta interrogante se pretende determinar qué recursos se deben utilizar, cuáles son las interacciones y cuál es la ventaja competitiva con la que cuenta la empresa.

<sup>19</sup> Philip Kotler, "INTRODUCCIÓN A LA MERCADOTECNIA" Ed. Mc. Graw Hill, México, 1990 Pág. 28

<sup>20</sup> Philip Kotler, "INTRODUCCIÓN A LA MERCADOTECNIA" Ed. Mc. Graw Hill, Mexico, 1990 Pag. 30

<sup>21</sup> Philip Kotler, "INTRODUCCIÓN A LA MERCADOTECNIA" Ed. Mc. Graw Hill, Mexico, 1990 Pag. 30.

2. Estrategia operativa, es también conocida como "de negocios", la misma consiste en concentrarse en cómo competir en un determinado mercado teniendo como componente importante a las competencias distintivas y a la ventaja competitiva. Se refiere más a la segmentación de mercado y a las etapas de evolución del producto dentro del mercado
3. Estrategia de área funcional: Consiste en la maximización de la productividad de los recursos teniendo como componentes claves a la sinergia y el desarrollo de la competencia distintiva.

Todas estas estrategias descritas deben ser coherentes y dirigidas a que la empresa pueda tener éxito a largo plazo.

#### **1.6.2.- TIPOS DE ESTRATEGIAS.**

Según Mintzberg, las estrategias se pueden arraigar en todo tipo de lugares extraños, virtualmente donde quiera que las personas tengan la capacidad de aprender y los recursos para apoyar dicha capacidad. En la práctica, las estrategias de la mayoría de las organizaciones con probabilidad son una combinación de acciones y enfoques de negocios planeados (estrategias intencionales) y de reacciones adecuadas a las condiciones imprevistas (respuesta de estrategia "no planeada" o "de adaptación").

- Estrategia emergente, también llamada no planeada, es una acción llevada a cabo en respuesta a circunstancias no previstas. Generalmente estas estrategias nacen de las raíces de la organización, de los niveles más bajos y se va ajustando a la estructura de la organización.
- Estrategias deliberadas o intentadas, son estrategias planeadas que surgen de un proceso de planificación, es cuanto la dirección ha decidido desarrollar una estrategia, la cual baja de arriba abajo en la estructura organizacional

La creación de una estrategia hace que entre en juego el aspecto administrativo crítico de "cómo" lograr los resultados propuestos, en vista de la situación y de los prospectos de la compañía. Los objetivos son los "fines" y la estrategia es el "medio" para lograrlos "Los "cómo" de la estrategia de una organización por lo común son una mezcla de acciones deliberadas e intencionales de reacciones adecuadas, a las condiciones cambiantes del entorno".

Los administradores forman las estrategias de la organización debido a dos necesidades apremiantes. Una es la necesidad de modelar en forma preactiva, como se llevaran a cabo las actividades de la organización, y la segunda es modelar las decisiones y acciones independientes realizadas por los departamentos, las unidades, administradores y los empleados en toda la organización en un plan de acción coordinado. Cuando falta una estrategia los administradores no cuentan con un marco de referencia para integrar las iniciativas diferentes para la acción en un todo coherente, ni con un plan para unir las operaciones entre los departamentos en un esfuerzo de equipo.

De manera que la creación, implementación y la ejecución de la estrategia son funciones administrativas esenciales. Entre todas las cosas que hacen los administradores, no hay nada que afecte de manera mas radical el éxito de una organización que la forma en que su equipo administrativo traza la dirección que esta seguirá a largo plazo, desarrollo de estrategias y enfoques de negocios competitivamente efectivos y pone en práctica lo que es necesario hacer internamente para producir una buena ejecución de la estrategia, día tras día.

### **1.7.- FODA (TOWS)**

Esta matriz tiene un enfoque distinto y un alcance más amplio; es una estructura conceptual para un análisis sistemático que facilita la adecuación de las amenazas y oportunidades externas con las fuerzas y debilidades internas de una organización.

T.O.W.S., significa:<sup>22</sup>

- "T" (threat) "Amenazas"
- "O" (opportunities) "Oportunidades"
- "W"(weaknesses) "Debilidades"
- "S" (strengths) "Fuerzas"

El FODA es la evaluación de las fortalezas y debilidades de los recursos de una organización y de las oportunidades y amenazas que su entorno presenta. Esta evaluación, se concreta al análisis de variables que afectan el desenvolvimiento de las organizaciones y que obviamente son particulares o específicas para cada

---

<sup>22</sup> Harold Koontz, Heinz Weihrich, "ADMINISTRACIÓN" Ed. Mc Graw Hill Interamericana, México, 9na. Edición, 1.990. Pág. 70

entidad, y que buscan disminuir los efectos de las debilidades, dando mayor énfasis a las fortalezas y hacer lo propio con las amenazas, utilizando las oportunidades. Esto se muestra en la formulación de objetivos y estrategias a través de una matriz FODA.

El análisis FODA se basa en el principio fundamental de que "los esfuerzos en el diseño de la estrategia deben estar orientados a producir un buen ajuste entre la capacidad de recursos de la organización y su situación externa"

- Fortalezas, una fortaleza es algo en lo cuál es competente una organización o bien una características que le proporciona mayor competitividad. Las fortalezas de una organización tiene diversos orígenes, que ocasionan se relacionen con habilidades y conocimientos específicos y se origina en diferentes recursos que se agrupan con el fin de crear una capacidad competitiva.
- Debilidades: una debilidad significa alguna carencia de la organización. Algún bajo desempeño, o una condición que la coloca en desventaja. Las debilidades internas se pueden relacionar con las deficiencias en las habilidades o en la pericia que son competitivamente importantes y con la carencia de activos físicos, humanos, organizacionales, etc., que son importante en la competitividad y eficiencia de la organización
- Oportunidades: las oportunidades son factores externos positivos para la organización. La oportunidad del entorno es un factor importante en la conformación de la estrategia de una organización. De hecho, los administradores no pueden adoptar la estrategia en forma apropiada a la situación de la organización sin identificar primero cada oportunidad, sin evaluar el potencial de crecimiento y utilidad que ofrece cada una.
- Amenazas: las amenazas son factores negativos o situaciones desfavorables para la organización. La labor de toda administración es identificar las amenazas al bienestar futuro de la organización y evaluar cuales acciones estrategias se pueden emprender con el fin de neutralizar o disminuir su impacto.

## **1.8.- DESARROLLO SOSTENIBLE**

La falta de políticas del gobierno central que estén dirigida al desarrollo del municipio de Achacachi aprovechando y explotando los atractivos turísticos que posee, hace que el presente trabajo de investigación, busque alternativas de desarrollo sostenible como alternativa de desarrollo económico en el municipio.

La secretaria nacional de planificación, definió desarrollo sostenible, la cuál fue incorporada oficialmente en el "plan general de desarrollo económico y social de la república" (PGDES).

"El desarrollo sostenible busca mejorar las condiciones de vida de todos los bolivianos a través de una transformación productiva que utilice racionalmente los capitales humano, natural, físico, financiero y los patrimonios institucional y cultural sin poner en riesgo la satisfacción de las necesidades de la futuras generaciones y la capacidad de asimilación de la naturaleza, en un marco de equidad y de gobernabilidad"<sup>23</sup>.

El desarrollo sostenible se sustenta en cuatro pilares que se condicionan mutuamente:

1. El crecimiento económico, entendido como la transformación productiva que habilite al país para hacer frente a las nuevas exigencias de competitividad derivadas del cambio tecnológico.
2. La equidad social, entendida como la reducción de las desigualdades, la creación de oportunidades para la plena participación de los individuos en la sociedad y en la toma de decisiones, el reconocimiento de la diversidad cultural y la superación de todo tipo de discriminaciones.
3. El uso racional de los recursos naturales, entendido como la conservación de los recursos renovables, sin afectar su capacidad de regeneración y la utilización integral de los recursos no renovables, así como la preservación del medio ambiente.
4. La gobernabilidad, entendida como el mejoramiento de la eficacia en la toma de decisiones y la legitimidad del estado y del sistema político frente a la sociedad para perfeccionar la democracia.

---

<sup>23</sup> Fundación MILENIO, "LAS REFORMAS ESTRUCTURALES EN BOLIVIA" TOMO II, Ed. Offset Boliviana, La Paz Bolivia, Primera Edición, Noviembre 2.000, Pág. 76.

## **1.9.- OBJETIVO DEL DESARROLLO SOSTENIBLE**

El objetivo fundamental del desarrollo sostenible consiste en la mejora de las condiciones de vida de la población. Esto se logrará impulsando transformaciones profundas en la economía, la sociedad, el sistema político y forma de relacionarse del país con el sistema económico internacional, en un contexto de uso adecuado de los recursos naturales.<sup>24</sup>

## **2.- EL TURISMO**

Fernández Fuster (1985): "El turismo es el conjunto de los fenómenos originados por los viajes... Estos se originan en un mercado, forman y engrosan las corrientes turísticas y se dirigen a los núcleos receptores."

Bunkat y Medlik (1981): "El turismo son los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia o de trabajo y las actividades emprendidas durante la estancia en estos destinos".

Mathieson y Wall (1982): " El turismo es el movimiento temporal de gente, por periodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas."

Aunque todas estas definiciones se diferencian entre ellas por determinados elementos, también se desprenden algunas características comunes, como el desplazamiento físico, la estancia no permanente en el destino o la realización de actividades en dicho destino.

Pero con el objetivo práctico de homogeneizar criterios la Organización Mundial del Turismo (OMT) la definió como:

"El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual, por un período del tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros."<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Ministerio de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente, "PLAN GENERAL DE DESARROLLO ECONOMICO Y SOCIAL DE LA REPUBLICA (LA ESTRATEGIA DEL CAMBIO PARA TODOS), Versión preliminar, agosto 6 de 1.994, Pág. 37

<sup>25</sup> Organización Mundial del Turismo, INTRODUCCIÓN AL TURISMO, Ed. Egraf, Madrid España, Iera, Edición, Junio de 1.998. Pág. 9,

## **2.1.- TURISMO EN ÁREAS RURALES**

"El turismo en áreas rurales se define como cualquier actividad turística implantada en el medio rural considerando como parte integrante de éste último las áreas naturales, litorales, etc."<sup>26</sup>

El turismo en áreas rurales es por lo tanto, un:

- a) Turismo blando, un turismo no masivo, aunque no por ello no rentable; un turismo respetuoso con el medio ambiente, que trata de integrarse en los modos y costumbres tradicionales, aprovechando los recursos locales y provocando las mínimas alteraciones posibles. Se contrapone al:
- b) Turismo duro, o aquella forma de turismo que busca una rentabilidad inmediata, una concentración masiva de turistas en el espacio, una implantación rápida, a costa, en muchas ocasiones de destrucción natural, alteración de las costumbres locales.

Esta definición implica que las modalidades de agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura, cultural, etc. se integran en el turismo en áreas rurales, constituyendo distintos segmentos del mismo, ya que son actividades de ocio, ubicadas en el medio rural, en oposición al urbano orientadas hacia los visitantes de un área.

### **2.1.2.- MODALIDADES DE TURISMO**

Entre los más importantes tenemos:

- a) Agroturismo, "es un segmento del turismo en área, asociado a la prestación de alojamiento y/o restauración en granjas, preferiblemente activas, en las que puede hacerse participe al turista en las diferentes actividades agropecuarias.
- b) Ecoturismo, "se trata de una modalidad del turismo en áreas rurales en el que el paisaje es la principal variable, como punto de confluencia entre los factores ambientales, cuyo objetivo es la integración del visitante en el medio humano y natural. La población local suele tomar parte en diversos aspectos concernientes a la recepción de los turistas."<sup>27</sup>
- c) Turismo cultural, "actividad turística que se basa en la utilización de los recursos culturales de un territorio en área rural recursos artísticos, históricos,

---

<sup>26</sup> Arturo Crosby y Adela Moreda, "ELEMENTOS BÁSICOS PARA UN TURISMO SOSTENIBLE EN LAS ÁREAS NATURALES". Ed. CEFAT, Madrid, Abril 1.995, Pág. 18.

<sup>27</sup> Arturo Crosby y Adela Moreda, "ELEMENTOS BÁSICOS PARA UN TURISMO SOSTENIBLE EN LAS ÁREAS NATURALES", Ed. CEFAT, Madrid, Abril 1996, Pág. 19.



- costumbres, etc., orientándose hacia la preservación y fomento de los mismos.<sup>28</sup>
- d) Turismo de aventura, "forma de turismo que utiliza el entorno rural o medio natural como recurso para producir sensaciones de descubrimiento en sus practicantes, por lo que su objetivo básico es poder conseguir transmitir estas sensaciones, necesitando en consecuencia espacios poco explotados turísticamente."<sup>29</sup>
- e) Turismo deportivo, "modalidad de turismo en la que la práctica de cualquier actividad deportiva constituye la esencia. El espectáculo o las sensaciones de riesgo son fundamentales en esta modalidad de turismo."<sup>30</sup>
- f) Turismo ecológico, "es el movimiento de comités turísticos, cuya motivación es el conocimiento y preservación del medio natural, entendiéndose por éste a la flora, fauna y diversos hábitat."<sup>31</sup>
- g) Turismo juvenil, "llevado a cabo por la juventud, en diferentes formas, especialmente: en encuentros, viajes de promociones, etc. Es considerado flexible en relación al objetivo del viaje que realicen".<sup>32</sup>
- h) Turismo de salud, "es el turismo cuya motivación específica es la curación y el tratamiento de ciertas enfermedades. Este tiene por objeto ofrecer al turista un paquete completo de turismo por todo el país o ciudades donde se realicen los tratamientos de su enfermedad."<sup>33</sup>
- i) Turismo social, "orientado a otorgar los beneficios del turismo a los sectores de la sociedad menos beneficiados, por una parte, y por otra parte mejorar el rendimiento de los trabajadores de las empresas, fábricas, etc., organizaciones en general."<sup>34</sup>

---

<sup>28</sup> Ibidem Pág. 20

<sup>29</sup> Arturo Crosby y Adela Moreda. "ELEMENTOS BÁSICOS PARA UN TURISMO SOSTENIBLE EN LAS ÁREAS NATURALES", Ed. CEFAT, Madrid, Abril 1996, Pág. 20.

<sup>30</sup> Ibidem Pág. 20-21

<sup>31</sup> Novo Valencia Gerardo, "DICCIONARIO GENERAL DEL TURISMO", Ed. Diana, México, 1977, Pág. 257

<sup>32</sup> Ibidem Pág. 259

<sup>33</sup> Ibidem Pág. 13

<sup>34</sup> Novo Valencia Gerardo, "DICCIONARIO GENERAL DEL TURISMO", Ed. Diana, México, 1977, Pág.25.

- j) Turismo alberguismo, "alberguismo es un sistema de hospedaje a bajos costos orientado a brindar alojamiento a grupo de jóvenes o personas en general facilitando los viajes de éstos dentro y fuera del país. Es una red que cuenta con un carnet especial que al ser presentado, el turista recibe un descuento por los servicios que le ofrecen."<sup>35</sup>
- k) Turismo religioso, "se practica desde las peregrinaciones, los Tiahuanacotas, Aymaras, Budismo, etc. con la movilización de grandes cantidades de personas motivadas por la espiritualidad y religiosidad; ofreciendo hospedaje en todo el trayecto de su peregrinación. Otro aspecto que tiene este tipo de turismo es la realización de excursiones a las iglesias, templos coloniales o antiguos que tiene cada país o ciudad."<sup>36</sup>

### 2.1.3.- EL SISTEMA TURÍSTICO

"La actividad turística son resultado de interrelaciones entre diferentes factores, hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir un conjunto de elementos interrelacionados entre sí".<sup>37</sup>

Hay cuatro elementos básicos en el concepto de actividad turística:

- La demanda: formada por el conjunto de censuradores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.
- La oferta: compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones, activamente en la experiencia turística.
- El espacio geográfico: base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente.
- Los operadores del mercado: son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entre estos tenemos, las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo".

<sup>35</sup> Ibidem Pág. 7

<sup>36</sup> Ibidem Pág. 307

<sup>37</sup> Organización Mundial del Turismo, INTRODUCCIÓN AL TURISMO, Ed. Egráf., Madrid España, 1era. Edición, Junio de 1998, Pág. 45 al 55



### **2.1.3.1.- DEMANDA TURÍSTICA**

La demanda turística variará según los intereses que muevan al investigador, así un economista se centrará en la demanda desde el punto de vista del consumo, un psicólogo se interesará más por el comportamiento de las motivaciones de dicha demanda, etc. Mathienson y Wall (1982, p.16) ofrece una definición con connotaciones geográficas; "el número de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar las facilidades turísticas y los servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual."<sup>38</sup>

#### **2.1.3.1.1.- TURISTA**

Hernández Díaz, según este autor, está íntimamente ligada a la del turismo, dice que turista " es la persona que ingresa a un territorio distinto de su lugar de origen por un período mínimo de 24 horas y un máximo de 180 días con fines de recreación, deporte, salud, estudio, religión, negocios, etc. Sin propósito de inmigración, adicionalmente, esta persona invierte dinero que no procede del lugar del destino."<sup>39</sup>

Paul Bowles (1949) en su novela "El Cielo Protector", nos ofrece una definición muy original: La diferencia entre un turista y un viajero es que mientras el primero piensa en regresar desde el mismo momento de su llegada, el viajero puede no regresar nunca."<sup>40</sup> La secretaría de estado de comercio, turismo y de la pequeña y mediana empresa define a turista como: "pasajero que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado".<sup>41</sup>

Desde el punto de vista de la demanda, atendiendo a cómo se produce la dirección de los flujos o corrientes turísticas, podemos determinar distintas formas de turismo.

#### **2.1.3.1.2.- FORMAS DE TURISMO DESDE EL LADO DE LA DEMANDA<sup>42</sup>**

a) Según el lugar de origen de los visitantes:

---

<sup>38</sup> Organización Mundial del Turismo, INTRDUCCIÓN AL TURISMO, Ed. Egraf, Madrid España, 1era. Edición, Junio de 1.998, Pág. 59

<sup>39</sup> Hernández Díaz Edgar Alfonso, "PLANIFICACIÓN TURÍSTICA", Ed. Trillas, México D.F., 1983. Pág. 12

<sup>40</sup> Organización Mundial del Turismo, INTRDUCCIÓN AL TURISMO, Ed. Egraf, Madrid España, 1era. Edición, Junio de 1.998, Pág. 46

<sup>41</sup> Ibidem. Pág. 46.

<sup>42</sup> Arturo Crosby y Adela Moreda, "ELEMENTOS BÁSICOS PARA UN TURISMO SOSTENIBLE EN LAS ÁREAS NATURALES", Ed. CEFAT, Madrid, Abril 1996, Pág. 14

1. Turismo receptor: no residentes que visitan a un país determinado.
2. Turismo emisor, residentes que visitan otro país
3. Turismo interno o doméstico: residentes que visitan su propio país.

b) Según el destino:

1. Turismo interno: doméstico y receptor.
2. Turismo nacional: doméstico y emisor.
3. Turismo Internacional: receptor y emisor.

### **2.1.3.1.3.- FACTORES DETERMINANTES DE LA DEMANDA TURÍSTICA**

<sup>43</sup>Estos factores pueden agruparse en cinco grandes grupos:

1. Económicos: Nivel de renta disponible, nivel de precios, política fiscal y controles del gasto en turismo, financiación, tipos de cambio.
2. Relativos a las unidades demandantes: Según Sancho y Pérez (1995) hay un conjunto de variables que ejercen sobre la demanda mayores efectos que los puramente económicos. Se trata de los factores de: motivación, sociológicos, psicológicos, formas y estilos de vida, tiempo de ocio, nivel cultural, costumbres estacionales, creencias ideológicas y religiosas y factores demográficos poblacionales.
3. Aleatorios: Son aquellas variables imprevisibles que afectan al comportamiento sistemático de los consumidores y que inciden por tanto en la demanda turística. Estos factores vienen determinados por: las guerras y cataclismos.
4. Relativos a los sistemas de comercialización y producción: Entre los de comercialización: Conocimiento e implantación del producto, comunicación global realizada, publicidad invertida, posibilidad de concretar la compraventa sin desvíos a otros, fuerza y presencia en el canal distribuidor, tecnologías disponibles para el enganche a ventas inmediatas, marketing de la competencia.
5. Relativos a la producción: Entre los de la producción propia: Satisfacción de las necesidades concretas, calidad técnica de los productos, relación calidad/precio, medios de transporte a disposición, distancia a recorrer desde y a los mercados de origen, seguridad física y política sanitaria.

---

<sup>43</sup> Organización Mundial del Turismo, INTRODUCCIÓN AL TURISMO, Ed. Egraf, Madrid España, 1era. Edición, Junio de 1998, Pág. 46, 59 al 82

### **2.1.3.2.- OFERTA TURÍSTICA**

"Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo,"<sup>44</sup>

"En un destino turístico, la oferta puesta a disposición de la demanda constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos que contiene; representa un todo integrado por estos productos, los servicios netamente turísticos y los no turísticos, la imagen general del destino, etc."

#### **2.1.3.2.1.- ELEMENTOS NO INTEGRANTES DE LA OFERTA TURÍSTICA**

Existe una clara tendencia que parte de una visión demasiado amplia del negocio turístico a considerar a las agencias de viajes, compañías de transporte regular e incluso empresas y organismos promotores del turismo como parte integrante de la oferta cuando, en realidad, son operadores del mercado encargados de la comercialización turística, es decir, de poner en contacto oferta y demanda y que, si bien forman parte del sistema turístico, ya que no son estrictamente oferta, no producen los bienes y servicios turísticos últimos consumidos por los turistas.

- a) Agencias de viajes. La actividad de las agencias de viajes, principalmente en los mercados de origen, es técnicamente, una función de mediación entre la oferta y la demanda; realizan una función de comercialización de la oferta turística, comunicando y distribuyendo el producto turístico.
- b) El transporte. Los transportes suponen una categoría mixta ya que, en su función de acercamiento de la demanda al lugar de destino donde se encuentra la oferta turística realizan también una función de mediación. Sin embargo el viajero considera este producto como parte de su gasto turístico. Cuando el transporte es, además, una de las partes principales del producto turístico (ej. cruceros, circuitos combinados) o supone una actividad complementaria en destino, no cabe duda de que estamos hablando de oferta turística."<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> Organización Mundial del Turismo, INTRODUCCIÓN AL TURISMO, Ed. Egraf, Madrid España, 1era. Edición, Junio de 1998, Pág. 49

<sup>45</sup> Organización Mundial del Turismo, INTRODUCCIÓN AL TURISMO, Ed. Egraf, Madrid España, 1era. Edición, Junio de 1998, Pág. 49 al 52

### **2.1.3.3.- ESPACIO GEOGRÁFICO**

"Lugar en el que transcurre la experiencia turística."<sup>46</sup>

Dentro de la literatura turística se encuentra términos que aunque a primera vista parecen significar lo mismo, tienen matices diferenciados, entre estos:<sup>47</sup>

- a) Espacio turístico: es el lugar geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y hacia el que fluye la demanda. Boullón (1.990) descompone este espacio en unidades más pequeñas: zona turística, área turística, complejo turístico, centro turístico o núcleo turístico.
- b) Municipio turístico, sus connotaciones se deben a una delimitación administrativa del espacio coincidiendo sus límites con los de los términos municipales. Pero desde un punto de vista estrictamente turístico, este marco es ficticio ya que el turista no entiende demarcaciones. Generalmente, se hace una idea más completa con términos como zonas turísticas que pueden abarcar más de un municipio o como núcleos turísticos, que puede abarcar un ámbito inferior al municipal.

El destino turístico es el lugar hacia donde tiene que desplazarse la demanda para consumir el producto turístico."

### **2.1.3.4.- OPERADORES TURÍSTICOS**

"Son aquellos agentes que participan en la actividad turística, generalmente, en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico), aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restaurante, hotel, conjunto de la oferta de alojamiento)."<sup>48</sup> Los operadores turísticos se asocian a la función de distribución y ésta, a su vez, a los aspectos de transporte y comercialización de paquetes turísticos. Dentro de esta consideración aparecen, por tanto, las agencias de viaje en todas sus modalidades (mayoristas, minoristas, etc.), los grandes operadores turísticos, las centrales de reservas."

---

<sup>46</sup> Organización Mundial del Turismo, INTRODUCCIÓN AL TURISMO, Ed. Egraf, Madrid España, 1era. Edición, Junio de 1998, Pág. 52

<sup>47</sup> Ibidem, Pág. 52 al 53

<sup>48</sup> Organización Mundial del Turismo, INTRODUCCIÓN AL TURISMO, Ed. Egraf, Madrid España, 1era. Edición, Junio de 1998, Pág. 53 al 54

## **2.2.- IMPACTOS DEL TURISMO**

### **2.2.1.- IMPACTO DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA**

"La importancia turística se caracteriza por su gran complejidad, no sólo por la gran cantidad de elementos que la componen, sino también por los distintos sectores económicos que se ven involucrados en su desarrollo. El turismo se ha considerado generalmente como una exportación de una región o nación hacia el lugar de destino (país receptor, lugar de acogida), en el que se genera renta, se favorece la creación de empleo, se aportan divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, se aumentan los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial. Así, la actividad turística cobra una gran importancia en la economía debido a su elevada aportación a la generación de valor añadido bruto en la región receptora. Los gastos de los turistas no sólo se limitan al pago del alquiler de una habitación en un hotel, sino que también destinan parte de su renta disponible a una gran variedad de servicios y bienes, consumo tales como alimentos, transportes, entretenimientos, excursiones, actividades diversas, etc. Esto favorece, a su vez, un aumento de la demanda en la región o país receptor, que de otro modo no existiría."<sup>49</sup>

El turismo en áreas rurales/naturales tiene una fuerte repercusión en las variables económicas de las regiones en las que se asienta. La importancia de dicha repercusión variará dependiendo del grado de desarrollo que alcance la actividad turística.<sup>50</sup>

Generalmente el gasto turístico, supone una inyección rápida de ingresos para la economía receptora. En este sentido, Mathieson y Wall (1.982) distinguen entre las siguientes clases de efectos:

- a) Efectos primarios: son los efectos directos, más fácilmente movibles. Cuando el visitante llega al destino turístico realiza ciertos gastos en establecimientos o empresas turísticas de primera línea, es decir hoteles, restaurantes, taxis, etc.
- b) Efectos secundarios: es el dinero recibido por los establecimientos genuinamente turísticos, va filtrándose progresivamente en la economía local.

---

<sup>49</sup> Organización Mundial del Turismo, INTRODUCCIÓN AL TURISMO, Ed. Egraf, Madrid España, 1era. Edición, Junio de 1998, Pág. 14,19

<sup>50</sup> Arturo Crosby y Adela Moreda, "ELEMENTOS BÁSICOS PARA UN TURISMO SOSTENIBLE EN LAS ÁREAS NATURALES", Ed. CEFAT, Madrid, Abril 1996, Pág. 48 al 52.

- c) Efectos terciarios: son las rondas de gastos que no han sido directamente originadas por el gasto turístico pero que de algún modo están relacionadas con él.

Así pues, el turismo suele ser el motor de la actividad empresarial en una región, ya que el crecimiento de la actividad turística estimula el aumento de la demanda de bienes locales y del nivel económico del destino en general.

#### **2.2.1.1.- EFECTOS POSITIVOS EN LA ECONOMÍA**

Creación de empleos.

- Empleo directo: en establecimientos turísticos de primera línea.
- Empleo indirecto: en sector turístico, pero no creado como consecuencia directa del gasto turístico.
- Empleo inducido: creado como resultado del gasto de los residentes de los ingresos procedentes del turismo en áreas rurales/naturales.
- Creación de infraestructura y servicios, de los que se benefician además de los turistas los propios residentes.
- Ayuda a diversificar las economías excesivamente dependientes como la agricultura.

##### **2.2.1.1.1.- EFECTO MULTIPLICADOR**

La corriente o flujo de divisas hacia el área de destino que produce el turismo no sólo constituye una importante fuente de ingresos para aquellas empresas o personas vinculado directamente con la actividad turística a través del denominado efecto multiplicador.

El efecto multiplicador de la renta es producto de la interdependencia existente entre los distintos sectores económicos; de manera que un aumento en la demanda de los bienes o servicios producidos por un sector genera, a su vez, un incremento en la demanda de bienes o servicios procedentes de otros sectores.

La renta destinada al gasto turístico fluye hacia otras empresas, en la medida en que las empresas de la industria turística que reciben la renta reponen sus stocks, renuevan sus materiales o mobiliario, pagan a proveedores, pagan salarios, impuestos, tasas, facturas, otros servicios básicos, etc. Por lo tanto, se produce un claro reparto de la renta." "En síntesis, la actividad turística genera corrientes de



flujos de renta que permiten un aumento del ingreso en los demás sectores de la actividad económica, redistribuyen la renta en un círculo cada vez mayor."<sup>51</sup>

#### **2.2.1.1.2.- EFECTOS INDUCIDOS ENTRE SECTORES**

Muestran las relaciones de interdependencia que se dan entre distintos sectores de la economía, permitiendo el estudio de la incidencia que el gasto turístico genera no sólo sobre la economía en general, sino también sobre un sector concreto de la misma."

#### **2.2.1.1.3.- EL GASTO TURÍSTICO**

"Entenderemos por gasto turístico el realizado por los turistas en un núcleo receptor determinado. Si nos limitamos a la observación de cómo un visitante gasta su dinero en el país que lo recibe, observaremos que puede dividirse en grupos:

- a) Alojamiento (hoteles, apartamentos, chalets, etc.)
- b) Restaurantes y alimentación (hoteles, cafeterías, bares, etc.)
- c) Transportes (taxis, ferrocarril, avión, etc.)
- d) Adquisiciones (artesanías, gasolina, bienes en general, etc.)
- e) Diversiones (incluidas entradas y gastos en consumo de fiestas, entradas en museos, deportes, etc.)"<sup>52</sup>

#### **2.2.1.2.- EFECTOS NEGATIVOS EN LA ECONOMÍA**

Los destinos del turismo en áreas rurales pueden volverse excesivamente dependientes de la actividad turística para sobrevivir, con lo cual una disminución de la demanda provocará una reducción del poder adquisitivo de la población, y por tanto una caída del nivel de vida del destino en su conjunto.

- El turismo puede, asimismo, originar inflación, cuando los establecimientos y empresarios de los servicios aumentan los precios en un intento por obtener más ganancias, aumento que quizás puede ser bien afrontado por visitantes con un poder adquisitivo importante, pero no por la población local que debe compartir dichos servicios.

---

<sup>51</sup> Organización Mundial del Turismo, "INTRODUCCIÓN AL TURISMO", Ed. Egraf, Madrid España, 1era, Edición, Junio de 1998, Pág. 16.

<sup>52</sup> Fernández Fuster, INTRODUCCIÓN R LA TEORÍA Y TÉCNICA DEL TURISMO, Ed. Alianza, Madrid España 2da Edición, 1998, Pág. 125

- El uso intensivo del suelo por parte de la actividad turística lo convierte en un bien escaso, lo que favorece la aparición de presiones especulativas, y provoca rivalidad entre los visitantes y los residentes por la utilización de ese suelo.
- El turismo puede provocar distorsiones en la economía local, cuando el desarrollo turístico en áreas rurales se concentra en una sola zona, dejando otras por desarrollar, o cuando atrae recursos humanos de otros sectores económicos dejándolos desprovistos de los elementos necesarios para su desarrollo."

### **2.2.2.- EFECTOS POSITIVOS SOCIO CULTURALES**

- El turista puede favorecerse de una conciencia sobre la singularidad histórica y cultural de una comunidad, contribuyendo a la rehabilitación y conservación de sus monumentos, edificios y lugares históricos y a la revitalización de sus costumbres, tradiciones, artesanías, folklore, etc.
- La actividad turística suele acelerar los cambios sociales, en términos de mayor tolerancia y bienestar, permitiendo una mayor movilidad social en sociedades muy jerarquizadas o rígidas y haciendo tomar conciencia a la población, a través del efecto demostrativo, de la legitimidad de ciertos derechos de los que quizá carece.
- Por último, el turismo puede representar el vehículo para practicar un intercambio cultural entre las distintas colectividades que entran en contacto durante el transcurso de la experiencia turística.

#### **2.2.2.1.- EFECTOS NEGATIVOS SOCIO CULTURALES**

- Provocar una desculturización del destino, haciendo desaparecer la cultura más débil de la comunidad receptora frente a la cultura mas fuerte del visitante, provocando la adaptación de culturas indígenas a costumbres occidentales. La desculturización puede tener lugar, asimismo, cuando se comercializa de forma extrema las tradiciones locales, despojándolas así de su significado real y destruyendo el carácter de autenticidad que en un principio atrajo al visitante.
- Ciertas formas de desarrollo turístico facilitan la difusión y la permanencia de imágenes estereotipadas, haciendo del intercambio cultural una utopía."

### **2.2.3.- IMPACTOS AMBIENTALES**

La actividad turística en áreas rurales se basa en gran parte en el paisaje y los recursos ambientales, que son la verdadera materia prima del turismo.<sup>54</sup>

#### **2.2.3.1.- EFECTOS AMBIENTALES POSITIVOS**

- El turismo puede ser el estímulo necesario para la adopción de medidas de mejora y conservación ambientales.
- Como en el caso de los impactos socioculturales, la actividad turística puede motivar a la comunidad, local para que proteja su entorno natural, así como fomentar la creación de parques naturales y la protección de áreas salvajes.

#### **2.2.3.2.- EFECTOS AMBIENTALES NEGATIVOS**

- Cambios que provocan una transformación irreversible el entorno, como un desarrollo urbano excesivo no integrado en el paisaje. Dicho crecimiento urbanístico obliga al tras fase de suelo de otras actividades desbaratando el equilibrio biológico y la vida animal.
- Destrucción del espacio natural, por el desarrollo de vías de comunicación, zonas industriales, zonas de ocio y residencias secundarias, urbanización y por remplazar la vegetación autóctona por plantas exóticas.
- Generación de desechos, que provocan problemas de depuración de aguas residuales y recojo de basuras, creación de vertederos incontrolados, etc.
- Erosión y degradación del entorno, a causa de las actividades turísticas en las playas, senderos, etc.

#### **2.2.3.3.- EL IMPACTO DEL TURISMO EN EL MEDIO AMBIENTE**

Según la Organización Mundial del Turismo este impacto se refiere al ecoturismo, el que consiste en la concientización de los turistas respecto al medio ambiente teniendo un turismo sostenible<sup>55</sup>. El objetivo es preservar los paisajes naturales y creados por los hombres ya que son un patrimonio social y económico.

---

<sup>54</sup> Arturo Crosby y Adela Moreda, "ELEMENTOS BÁSICOS PARA UN TURISMO SOSTENIBLE EN LAS ÁREAS NATURALES", Ed. CEFAT, Madrid, Abril 1996, Pág. 56-57.

<sup>55</sup> UNESCO Nro. 55, Febrero de 1994, Pág. 15 y 16, citado por Mendoza Montaña Viviana, "PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE LA PAZ", Tesis, 1996

### **3.- PLANIFICACIÓN TURÍSTICA**

#### **3.1.- IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACION TURISTICA <sup>56</sup>**

La importancia de la planificación de la actividad turística se ve reflejada en el número de planes turísticos que se han realizado en el último año. La complejidad de estas actividades requiere diferentes niveles, ámbito, productos y destinos de planificación.

Estos deben llegar a integrarse en un proceso coherente, para lograr una conducción correcta. Los niveles de planificación estarán dados por el grado de generalidad a la amplitud del análisis que abarquen. Los ámbitos se establecerán según el espacio físico que cubra el proceso de planificación. El producto dependerá del elemento a planificar y finalmente los destinos de la planificación turística se determinarán de acuerdo con la clase de turismo hacia el cual orienta sus esfuerzos.

#### **3.1.1.- AMBITO DE LA PLANIFICACION TURISTICA**

Son las siguientes <sup>57</sup>

- Planificación económica del turismo
- Planificación física del turismo
- Planificación administrativa del turismo

#### **3.1.2.- NIVELES DE PLANIFICACION**

**3.1.2.1.- Planificación a nivel local,** a este nivel la planificación se centra preferentemente en regular los usos del suelo, suministrar los servicios de la administración local (seguridad, sanidad, alumbrado, etc.), proporcionar la coordinación inmediata con el sector voluntario y privado y promocionar la zona a nivel local.

**3.1.2.2.- Planificación a nivel regional,** el énfasis se sitúa e obtener la coordinación necesaria de los entes locales en una estructura superior del territorio para la provisión de infraestructura de transporte y comunicación. La región representa el tamaño mínimo para la actuación eficaz en mercados turísticos globales, aunque existen excepciones, que no necesitan de la región para promocionarse.

---

<sup>56</sup> Organización Mundial del Turismo "INTRODUCCION AL TURISMO, Ed. Egraf Madrid España 1ra Edición Junio de 1998, Pág. 186 al 189"

<sup>57</sup> Hernandez Dias Edgar, "PLANIFICACION TURISTICA Ed. Trillas México 1982 Pág. 18"

**3.1.2.3.- Planificación a nivel nacional,** la planificación busca la coordinación de los entes regionales y provinciales para tareas promocionales al exterior, el establecimiento de la normativa turística necesaria de rango superior y la cooperación con los organismos supranacionales. La administración suele ocuparse a este nivel de la planificación que proporciona marcos de normas voluntarias tan solo indicativas. Asimismo, a nivel nacional se establecen los marcos económicos, financieros, físicos y laborales que deben ser propicios para el logro de la competitividad de las empresas turísticas.

**3.1.2.4.- Planificación a nivel supranacional,** la planificación debe determinar la información estadística internacional sobre turismo y tendencias macro del mercado; debe facilitar la creación de marcos científicos - tecnológicos útiles para el progreso de la industria turística, así como la transferencia del know-how, la coordinación de legislaciones y el fomento de los tráficos

**3.1.3.- ETAPAS DE PLANIFICACION ESTRATEGICA** <sup>59</sup> La actual situación del mercado, donde la necesidad de ser altamente competitivos es clave para la supervivencia económica de los mismos, impone la necesidad de desarrollar los productos turísticos según un plan elaborado que englobe las siguientes etapas.

**3.1.3.1.- Análisis de los desarrollos turísticos previos,** ya sean basados en experiencias propias anteriores, como en el estudio comparativo de otras similares que puedan tener un valor ejemplificante para el actual.

**3.1.3.2.- Determinación de la posición turística actual:** Estableciendo un análisis riguroso de las debilidades, amenazas fortalezas y oportunidades (FODA) que permitirá definir un diagnóstico de la situación real del producto.

**3.1.3.3.- Elaboración de las siguientes políticas a seguir:** y concreción de las diferentes estrategias que deben implementarse para obtener los objetivos previamente delimitados.

**3.1.3.4.- Puesta en práctica de las políticas establecidas:** a través de la implementación de programas operativos adecuados para tales objetivos.

---

<sup>59</sup> Organización Mundial del Turismo "INTRODUCCION AL TURISMO", Ed. Egraf Madrid España 1ra Edición Junio de 1998, Pág. 21 al 23

### **3.1.4.- ELEMENTOS DE LA PLANIFICACION TURISTICA <sup>60</sup>**

**3.1.4.1.- Imagen deseada o imagen objetivo**, esta etapa pocas veces llega a ser definida en esta primera instancia mas allá de sus rasgos generales.

**3.1.4.2.- Diagnostico**, corresponde al diagnostico describir y analizar la llamada "situación existente" o "situación por transformar" esta etapa se refiere al pasado, al presente.

**3.1.4.3.- Fijación de objetivos y meta**, cuya consecución permitirá al fenómeno o actividad en proceso de planificación, aproximarse a la situación deseada.

**3.1.4.4.- Determinación de estrategias**, se divide en:

- Estrategia general de desarrollo turístico
- Estrategias básicas de desarrollo turístico

**3.1.4.5.- Determinación de instrumentos**, que se pondrá en marcha en la etapa de ejecución del proceso. Tales instrumentos en el proceso de planificación son las variables independientes, mientras que los objetivos son las variables dependientes. Tres grupos de instrumentos.

- Las inversiones en activos fijos
- Las políticas específicas de dirección (de orden económico general y en relación directa con el turismo)
- Las acciones promotoras de desarrollo, que se subdividen en: acciones de comercialización, acciones de capacitación, acciones de organización.

**3.1.4.6.- Categorías de instrumentos**, hay tres categorías que comprenden el contexto de la actividad turística:

- Infraestructura
- Estructura o equipamiento, (empresas de insumos, empresas de complemento, empresas turísticas.)
- Superestructura

**3.1.4.7.- Mecanismo de ordenación para los instrumentos de planificación**, estos mecanismos de ordenación y aplicación de los instrumentos de la planificación turística, se sustentan en el concepto de programa (conjunto de proyectos).

---

<sup>60</sup> Hernandez Dias Edgar Alfonso, "PLANIFICACION TURÍSTICA" Ed. Trillas Mexico 1983 Pág. 29, 51

### **3.1.5.- PLANIFICACION COMO INSTRUMENTO DE GESTION <sup>61</sup>**

Hoy en día es evidente la necesidad de efectuar una adecuada planificación, se desea que un determinado espacio, municipio o zona turística pueda llegar a tener un valor importante como producto turístico.

#### **3.1.5.1.- Medidas para obtener un producto competitivo.**

- La adecuada optimización de los recursos disponibles en el territorio en cuestión.
- La definición del plan de trabajo que sepa aunar y coordinar las diferentes disciplinas que intervienen en el desarrollo turístico, sobre todo.
- La adecuada planificación de las estrategias

### **3.1.6.- CONFLUENCIA DE DIFERENTES DISCIPLINAS EN EL DESARROLLO TURISTICO**

En el hecho turístico confluyen muchas y variadas disciplinas y materias, tales como:

Medio ambiente, sanidad, legislación, urbanismo, ingeniería, etc. Que juntas a las propias del acto turístico – hospedería, transporte, actividades culturales, etc. Deben componer un todo integral. La actividad del marketing se hace necesaria para configurar la venta del producto turístico en el mercado.

### **3.1.7.- IMPORTANCIA DE LA INFORMACION SOBRE EL DESTINO TURISTICO**

La planificación de la actividad turística a todos los niveles, permite una gestión racional de los recursos evitando un desarrollo desequilibrado de los mismos o su desaprovechamiento y de esta manera ayuda a preservar los beneficios económicos y sociales del turismo, al tiempo que minimiza sus costes. Pero el proceso de planificación no es simple, sino por el contrario resulta ser un proceso complejo dada la multitud de factores que han de ser considerados en el destino. Por ello implica la necesidad de manejar información abundante y adecuada relativa a los recursos, infraestructura y equipamiento de la zona que permita la segmentación posterior de la demanda en nichos diferenciados y facilite la tarea de conservar el entorno, no solo en beneficio de las residentes sino también en beneficio de inversiones turísticas a largo plazo.

---

<sup>61</sup> Organización Mundial del Turismo "INTRODUCCION AL TURISMO", Ed. Egraf Madrid España 1ra Edición Junio de 1998, Pág. 179 al 181

### 3.2.- TURISMO SOSTENIBLE

"Desarrollo turístico sostenible, hace referencia directa a un desarrollo que evite el deterioro y agotamiento de los recursos. Es una forma que generalmente se diseña intentando asegurar su permanencia a largo plazo, integrando a la comunidad local en el proyecto turístico." " Desarrollo sostenible, es el conjunto de actuaciones destinado a garantizar el mantenimiento de la actividad de los recursos naturales, la autenticidad cultural y la rentabilidad de la actividad turística en el destino." <sup>62</sup>

"El concepto de desarrollo sostenible va por lo tanto unido a la necesidad de analizar los impactos que pueden derivarse de la actividad turística. Del análisis de los impactos obtendremos una delimitación de las áreas caracterizadas por su especial fragilidad económica, ecológica y los impactos deben ayudar a delimitar la capacidad de soporte o aguante de un área para acoger un numero de visitantes, sin alterar su espacio original."

El desarrollo sostenible se basa en el concepto de capacidad de carga, la cual es el umbral de la actividad turística mas allá del cual se produce una saturación del equipamiento turístico, una degradación del entorno y una disminución de la calidad de la estancia del visitante en el destino.

Capacidad de carga total de un destino es: "el máximo uso que se puede obtener de el sin que se causen efectos negativos sobre sus propios recursos biológicos, sin reducir la satisfacción de los visitantes, o sin que se produzca un efecto adverso sobre la sociedad receptora, la economía o la cultura del área." <sup>63</sup>

De acuerdo a la carta del turismo sostenible<sup>64</sup>, que tiene por objeto dar a conocer a todo el mundo la importancia que tiene el mantener un turismo sostenible:

- El turismo es un elemento importante para el desarrollo social, económico, ambiental y político en el desarrollo sostenible.
- El turismo aporta en el ámbito socioeconómico y cultural, además de contribuir a la desagregación medio ambiental.

<sup>62</sup> Arturo Crosby y Adela Morena "ELEMENTOS BASICOS PRAA UN TURISMO SOSTENIBLE EN LAS AREAS NATURALES", Ed. CEFAT, Madrid, Abril 1996 Pág. 58-59

<sup>63</sup> Vease "CARTA DEL TURISMO SOSTENIBLE" Ed. Conferencia Mundial del Turismo, Santa Cruz Tenerife, Junio 1995, Pág. 1-10 Mendoza Viviana "PLANIFICACION ESTARTEGICA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA ACTIVIDAD TURISTICA EN LA CIUDAD DE LA PAZ" tesis de turismo 1996

<sup>64</sup> Organización Mundial del Turismo "INTRODUCCION AL TURISMO", Ed. Egraf Madrid España 1ra Edición Junio de 1998, Pág. 201- 202



- El turismo posibilita viajar y conocer otras culturas, que pueden promover el acercamiento y la paz entre los pueblos, creando una conciencia respetuosa sobre la diversidad del modo de vida.
- Existe una necesidad de desarrollar el turismo que sea capaz de satisfacer las expectativas económicas y las exigencias ambientales, que no solo sean respetuosas con la estructura socioeconómica y física de cada destino, sino también con la población receptora.

Con todos estos pensamientos, se determina que el **turismo sostenible** es "mantener un equilibrio entre el desarrollo de la actividad turística y el medio ambiente." Este equilibrio debe estar ligado a la explotación de los atractivos y a la prestación de servicios que proporcionen empleos y mejoras en los mismos sin sobrepasar la capacidad receptora de turistas al lugar de destino.

### **3.2.1.- COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURISTICOS**

El paso desde el antiguo paradigma empresarial basado en las ventajas comparativas, al nuevo paradigma basado en las ventajas competitivas, implica reconocer que el mercado se enfrenta a una competencia cada vez mayor<sup>65</sup>. Por ello, Fayos Sola (1991) establece que la competitividad de los destinos turísticos debe afrontarse a través de los precios, como ocurrió anteriormente, si no incorporando otros elementos: calidad del servicio, imagen, respeto al medio ambiente, etc.

El nuevo paradigma busca la rentabilidad sostenible de la actividad turística a largo plazo, es decir pretende no solo aumentar sino también mantener la capacidad de obtener beneficios a lo largo del tiempo. Rompe por tanto, con la idea que ha predominado hasta el momento: maximizar los beneficios a corto plazo, sin tener en cuenta los impactos negativos de la actividad turística en el entorno. La ventaja comparativa ya no garantiza el mantenimiento de la diferenciación del destino.

---

<sup>65</sup> Organización Mundial del Turismo "INTRODUCCION AL TURISMO", Ed. Egraf Madrid España 1ra Edición Junio de 1998, Pág. 179 al 181

### 3.2.1.1.- VENTAJA COMPARATIVA VERSUS VENTAJA COMPETITIVA

Se tiene que distinguir dos conceptos para obtener una mayor competitividad en el mercado turístico<sup>66</sup>.

- **Ventajas comparativas** (características propias del destino), vienen dadas por los factores propios de destino turístico que han posibilitado su nacimiento y su expansión. Entre ellos cabe destacar los recursos naturales (playas, montañas, clima, etc.), las condiciones socioeconómicas (disponibilidad de mano de obra, etc.), las políticas utilizadas para mejorar el sector (como por ejemplo, la devaluación de la moneda). Se trata de aquellos elementos que condicionan la situación de partida y que han constituido el núcleo del paradigma turístico predominante hasta el momento.
- **Ventajas competitivas** (características que agregan valor añadido al destino), vienen determinadas por aquellos elementos incorporados al destino turístico.

La educación y formación específica para la actividad turística, una mejora de los canales y medios de información del destino, el esfuerzo permanente por introducir innovaciones, etc. son las grandes líneas de actuación que permiten mejorar la competitividad en el momento actual.



<sup>66</sup> Deidem pag 2001-2002

# CAPITULO III



## **CAPITULO III**

### **MARCO LEGAL**

#### **1.- ANALISIS DE LA LEY DE PARTICIPACION POPULAR**

El objetivo de la ley de participación popular es: "crear eslabones apropiados para la relación entre el estado y la sociedad civil, perfeccionando la democracia representativa"<sup>67</sup>

Se establece una nueva estructura u organización para la administración participativa, desde las OTB's asociaciones comunarias, comités de vigilancias, gobiernos municipales, etc.

Se ha tenido transferencias administrativas a los distintos municipios en la infraestructura, responsabilidades y derechos según su categorización. Tal es el caso de los sectores de salud, deportes, cultura, micro riego y caminos vecinales.<sup>68</sup>

Esta ley nos muestra una clara tendencia de parte del estado hacia una justa distribución y mejor administración de los recursos públicos.<sup>69</sup>

En la ley de participación popular se distinguen tres aspectos interrelacionados que son:<sup>70</sup>

- La distribución racional y equilibrada de los recursos nacionales en beneficio del desarrollo económico y social de todas las regiones del país.
- El reconocimiento legal de las organizaciones territoriales de base como representantes de la población de un determinado territorio urbano o rural.
- La organización territorial fundamental, que otorga el gobierno municipal la jurisdicción sobre todo el territorio de la sección provincial y la ampliación concomitante de sus competencias municipales.

Con la implementación de esta ley se ha podido apreciar un incremento en la inversión pública por parte de los gobiernos municipales, ya que se tiene recursos económicos disponibles, debido a la coparticipación tributaria, que se refiere a la

---

<sup>67</sup> ILDIS "LA PARTICIPACION POPULAR FORO ECONOMICD" ED. ILDIS BOLIVIA 1994 Pág. 12

<sup>68</sup> GASETA OFICIAL DE BOLIVIA LEY 1551 LEY DE PARTICIPACION POPULAR ED. ILDI BOLIVIA 1994 Pág. 17

<sup>69</sup> ILDIS "LA PARTICIPACION POPULAR FORO ECONOMICD" ED ILDIS BDLIVIA 1994 Pág. 18

<sup>70</sup> GASETA OFICIAL DE BOLIVIA LEY 1551 LEY DE PARTICIPACION POPULAR ED. ILDI BOLIVIA 1994 Pág. 16

transferencia de recursos de las rentas nacionales a favor de los gobiernos municipales y universidades publicas. Que se encuentra en el orden del 20% sobre el total de las rentas nacionales, la misma que se distribuye entre las municipalidades beneficiarias en función del número de habitantes en cada jurisdicción municipal y finalmente un 5% ya destinada a las universidades publicas.

### **1.1.- RECURSOS DE LA PARTICIPACION POPULAR**

La coparticipación tributaria "se distribuirá entre las municipalidades beneficiarias en función al numero de habitantes de cada jurisdicción municipal."

En el artículo N° 24 de la ley de participación popular se exponen tres condiciones para acceder a la misma:

- Elaboración del presupuesto municipal concordante con su plan anual operativo, así como rendición de cuentas correspondientes a la ejecución presupuestaria de la gestión anual anterior.
- En caso de que no se cumpla el anterior punto las normas de los sistemas de administración y control establecidos en la ley N°. 1178 el poder ejecutivo denunciara ante el senado nacional para fines consiguientes de ley.
- Los gobiernos municipales deberán asignar a inversiones públicas por lo menos el 90% de los recursos de la coparticipación tributaria para la participación tributaria.

Los recursos obtenidos de las distintas fuentes, deben atender las distintas necesidades requeridas por las respectivas comunidades.

El destino de los recursos entonces se decidirá a través de la coordinación con la población de cada municipio y el gobierno central, a través de los sistemas desarrollados por la secretaria nacional de hacienda, donde los consejos municipales se deben encargar de decidir la distribución de los recursos de acuerdo a los sectores.

### **2.- LEY DE MUNICIPALIDADES No.2028**

La presente ley tiene por objeto regular el régimen municipal establecido en el título VI de la parte tercera, artículos 200° al 206°, de la constitución política del estado<sup>71</sup>

---

<sup>71</sup> Ley de municipalidades N° 2028 artículo 1-2-5-8

El ámbito de aplicación de la presente ley es el siguiente:

1. Organización y atribuciones de la municipalidad y del gobierno municipal;
2. Normas nacionales sobre patrimonio de la nación, propiedad y dominio público;
3. control social al gobierno municipal.

La municipalidad y su gobierno municipal tienen como finalidad contribuir a la satisfacción de las necesidades colectivas y garantizar la integración y participación de los ciudadanos en la planificación y el desarrollo humano sostenible del municipio.

El gobierno municipal, como autoridad representativa de la voluntad ciudadana al servicio de la población, tiene los siguientes fines:

1. Promover y dinamizar el desarrollo humano sostenible, equitativo y participativo del municipio, a través de la formulación y ejecución de políticas, planes, programas y proyectos concordantes con la planificación del desarrollo departamental y nacional;
2. Crear condiciones para asegurar el bienestar social y material de los habitantes del municipio, mediante el establecimiento, autorización y regulación y, cuando corresponda, la administración y ejecución directa de obras, servicios públicos y explotaciones municipales.
3. Promover el crecimiento económico local y regional mediante el desarrollo de ventajas competitivas;
4. Preservar y conservar, en lo que le corresponda, el medio ambiente y los ecosistemas del municipio, contribuyendo a la ocupación racional del territorio y al aprovechamiento sostenible de los recursos naturales;
5. Preservar el patrimonio paisajístico, así como resguardar el patrimonio de la nación existente en el municipio;
6. Mantener, fomentar, defender y difundir los valores culturales, históricos, morales y cívicos de la población y de las etnias del municipio
7. Promover la participación ciudadana defendiendo en el ámbito de su competencia, el ejercicio y práctica de los derechos fundamentales de las personas estantes y habitantes del municipio.

Las competencias del gobierno municipal para el cumplimiento de sus fines son las siguientes:

En materia de desarrollo humano sostenible:

1. Planificar y promover el desarrollo humano sostenible en el ámbito urbano y rural del municipio, de conformidad con las normas de la planificación participativa municipal;
2. Aprobar, regular, fiscalizar y coordinar la ejecución de los planes de ordenamiento territorial del municipio, en concordancia con las normas departamentales y nacionales de acuerdo a criterios técnicos;
3. Promover la participación del sector privado, de las asociaciones y fundaciones y otras entidades, sin fines de lucro, en la prestación de servicios, ejecución de obras públicas, explotaciones municipales y otras actividades de interés del municipio;
4. Cumplir y hacer cumplir las normas especiales nacionales y municipales de uso de suelo, subsuelo, sobresuelo, agua y recursos naturales.
5. Fomentar y participar en la generación de condiciones técnicas y financieras sostenibles destinadas a la construcción de vivienda en el marco de los programas nacionales y departamentales, de acuerdo con el plan de desarrollo municipal;
6. Promover e incentivar el turismo en el marco de las políticas y estrategias nacionales y departamentales;
7. Preservar los bienes patrimoniales arqueológicos, precolombinos, coloniales, republicanos históricos de la nación, o los procedentes del culto religioso que se encuentren en su jurisdicción sean públicos o privados, promover su uso y goce lucrativo y restaurar los que sean de propiedad pública municipal;
8. Fomentar e incentivar las actividades culturales, artísticas y deportivas;

### **3 - LEY DE DESCENTRALIZACION ADMINISTRATIVA (No. 1654)**

Es un paso muy importante a favor de las administraciones departamentales, pues por primera vez les asignan competencias específicas en materias como:

- Administrar normas de la actividad turística en servicios inversión y promoción.
- Planificación departamental del turismo. Ejecución del plan departamental de turismo.

- Promoción del turismo interno hacia el departamento. Disponer de información y banco de datos sobre la oferta turística departamental.

Dentro las atribuciones del prefecto en el artículo 5 del inciso "f" indica lo siguiente: formular y ejecutar programas y proyectos de inversión pública en el marco del plan departamental de desarrollo y de acuerdo a las normas del sistema nacional de inversión pública y al régimen económico y financiero de la presente ley, en las áreas de:

- ° Construcción y mantenimiento de carreteras, caminos secundarios y aquellos concurrentes con los gobiernos municipales.
- ° Electrificación rural.
- ° Promoción del turismo
- ° Programas de asistencia social
- ° Infraestructura de riego y apoyo a la producción.
- ° Programas de fortalecimiento municipal
- ° Investigación y extensión técnico-científica
- ° Conservación y preservación del medio ambiente
- ° Otros concurrentes con los gobiernos municipales

#### **4.- LEY DE PROMOCION Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA (2074)**

Los objetivos de la presente ley referidos a la actividad turística son los siguientes:

Reconocer que, bajo los principios de una economía de mercado transparente, la actividad turística corresponde a la iniciativa privada, donde el estado debe asegurar las condiciones necesarias para el potenciamiento del turismo,

- Garantizar la conservación y uso racional de los recursos naturales, históricos, arqueológicos y culturales que tienen significación turística y que son de interés general.
- Proteger al turista y fomentar la conciencia turística.
- Establecer, en materia de turismo, las directrices de coordinación entre el gobierno central, las administraciones departamentales y los gobiernos municipales.



- Promover la capacitación técnica y profesional, tanto en instituciones estatales como en el sector privado.

La presente ley en el artículo 8º determina las siguientes competencias:

Los gobiernos municipales tienen la facultad de promover y promocionar los recursos turísticos en su jurisdicción territorial, ejecutando las acciones y programas acordes con los objetivos y estrategias que formule el ministerio de comercio exterior e inversión, a través del viceministerio de turismo.

- Las prefecturas departamentales, en tanto representantes del poder ejecutivo central, ejecutan y administran programas y proyectos de promoción y desarrollo turístico, emanados por el ente rector en estrecha coordinación con los gobiernos municipales.

## **5.- LEY DE ADMINISTRACIÓN Y CONTROL GUBERNAMENTALES (SAFCO)**

### **LEY Nº 1178 DE 20 DE JULIO DE 1990**

En el marco de lo establecido por los artículos 27 y 28 de la ley SAFCO de "administración y control gubernamental", los alcaldes municipales tienen la responsabilidad de implantar los sistemas de administración y control interno, así como responder por los resultados emergentes del desempeño de sus funciones, deberes y atribuciones asignada a su cargo.

La presente ley regula los sistemas de administración y de control de los recursos del estado y su relación con los sistemas nacionales de planificación e inversión pública, con el objeto de:

- Programar, organizar, ejecutar y controlar la captación y el uso eficaz y eficiente de los recursos públicos para el cumplimiento y ajuste oportuno de las políticas, los programas, la prestación de servicios y los proyectos del sector público;
- Disponer de información útil, oportuna y confiable asegurando la razonabilidad de los informes y estados financieros;
- Lograr que todo servidor público, sin distinción de jerarquía, asuma plena responsabilidad por sus actos rindiendo cuenta no sólo de los objetivos a que se destinaron los recursos públicos que le fueron confiados sino también de la forma y resultado de su aplicación,
- Desarrollar la capacidad administrativa para impedir o identificar y comprobar el manejo incorrecto de los recursos del estado.

# CAPITULO IV



## **CAPITULO IV**

### **DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.- PLAN Y METODO DE INVESTIGACIÓN**

El método que se utilizó para la presente investigación sirvió para analizar, interpretar y explicar los datos recopilados en el desarrollo de la investigación es el **método deductivo** que es un proceso intelectual que partió de un conocimiento general (turismo en general, prefectura del departamento de La Paz, PDM, POA Achacachi) para llegar a uno de carácter particular (turismo local), mediante una serie de observaciones lógicas fundamentadas en principios teóricos.

##### **1.1.- INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

La investigación de campo que se realizó para elaborar el diagnóstico, inició con la recopilación de la información a través de la exploración, observación directa y evaluación del sujeto o unidad investigada es decir se ejecutó la investigación en el lugar mismo de los hechos, el municipio de Achacachi.

#### **2.- UNIVERSO Y MUESTRA**

- **Determinación del Universo.**

El universo del estudio está conformado por tres sectores:

1. Conformado por las autoridades municipales, autoridades de turismo, representantes cantonales.
2. Empresas de viaje y turismo receptivo de la ciudad de La Paz
3. Potenciales turistas nacionales y extranjeros

- **Determinación de la muestra**

1. Autoridades relacionadas para determinación de la muestra:

Se entrevistó lic. Eugenio Rojas alcalde del municipio de Achacachi, los 15 representantes cantonales, a un representante del viceministerio de turismo y el encargado de la unidad de turismo de la prefectura

2. Empresas de viaje y turismo receptivo, el universo con el cual se cuenta para hacer este estudio es de 29 agencias de viaje y turismo receptivo debido a que el universo es pequeño.

**CUADRO Nº 1**

**AGENCIAS DE VIAJE DE TURISMO RECEPTIVO DEL DPTO. DE LA PAZ**

Nº	Empresa de viaje y turismo receptivo	
1	AKHAMANI TREK	14 LA MAISON DE LA BOLIVIE
2	AMERICA TOURS	15 MAGRI TURISMO
3	ANDEAN SUMMITS	16 MILLENARIAN TOURISM & TRAVEL
4	AZIMUT EXPLORER	17 MIRAMAR
5	CADE TOURS	18 PACHAMAMA TOURS
6	CALACOTO TOURS	19 PERUBDLIVIAN TOURS
7	COLIBRI	20 QUEEN REPRESENTATIONS
8	COREAL TOURS	21 SHIMA TOURS
9	CRILLON TOURS	22 SWISS BOLIVIAN ADVENTURES
10	EBA TRANSTUR	23 TAWA
11	EXPLORE BOLIVIA	24 TERRA ANDINA
12	FREMEN	25 TRANSTURIN
13	GLORIA TOURS	27 TURISBUS
14	LA MAISON DE LA BOLIVIE	28 TURISMO KOLLA
15	MAGRI TURISMO	29 VALMAR TOURS

Fuente: CANOTUR (Cámara nacional de operadores de turismo La Paz)

3 Determinación de la demanda potencial

• **Determinación del número de encuestas**

Tomando en cuenta que cada semana los que llegan a Copacabana asciende a 1750 visitantes entre nacionales y extranjeros en este entendido se realizo 120 encuestas a turistas nacionales y a 18 turistas extranjeros en la zona del cementerio la calle Sagarnaga en la ciudad La Paz y la ciudad de Copacabana.

## 2.1.- TAMAÑO DE LA MUESTRA

Según los objetivos de este estudio y las características del universo, se optó por el método probabilístico y el muestreo aleatorio simple.

Utilizándose la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(N-1)e^2 + Z^2 pq}$$

DONDE:

Z = nivel de confianza

N = universo

p = probabilidad a favor

q = probabilidad en contra

e = error de estimación

n = tamaño de la muestra



### Datos

El segmento meta está representado por el total de visitantes tanto nacionales como extranjeros al municipio de Copacabana, el cual alcanza 84000 turistas según el plan de desarrollo municipal 2006-2010.

### Sustitución de las variables:

Tamaño del universo = 84000 (número de turistas que visitan el municipio de Copacabana)

Nivel de error = 0.05%

Nivel de confianza = 95%

p: Probabilidad que las personas conozcan el municipio = 0.7

q: Probabilidad que la persona no conozca el municipio = 0.3

Se obtiene:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.9 * 0.1 * 84000}{84000 * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.9 * 0.1} = 138$$

Por lo tanto se ha encuestado a 138 turistas

De los cuales 13% son extranjeros y el restante 87% son nacionales.

### **3.- ELECCION DE FUENTES DE INFORMACION**

Las fuentes de información para el desarrollo del presente trabajo fueron:

- **FUENTE PRIMARIA**

**ENTREVISTA:**

Esta técnica de recolección de información fue dirigida al alcalde del municipio de Achacachi, para determinar los actuales mecanismos de planificación desarrollo de estrategias y destino de los recursos para promover el desarrollo turístico en el municipio, se entrevistó a los representantes de los 15 cantones del municipio para determinar si los medios de control y coordinación están debidamente empleados, a un representante del viceministerio de turismo, para determinar las actuales estrategias dirigidas a promover el desarrollo turístico en Bolivia y en especial si existe algunas estrategias para el desarrollo turístico del municipio de Achacachi.

**ENCUESTAS:**

Sistema de preguntas que tiene la finalidad de obtener datos para una investigación, se encuestó a un total de 138 turistas

- **FUENTE SECUNDARIA**

La investigación documental, que sirvió de base y guía para la elaboración del presente trabajo y a su vez para la comprobación, verificación de los resultados obtenidos en la recopilación de información primaria; Esta compuesta por un conjunto de documentos escritos relacionado con el tema de investigación y otros que tienen influencia directa con la misma; En este sentido las fuentes de información secundarias utilizadas en el desarrollo de investigación son:

- Bibliografía referente al tema
- Información estadísticas (INE)
- Revistas
- Publicaciones
- Plan de desarrollo municipal de Achacachi (PDM)
- Programa operativo anual del municipio de Achacachi (POA)

#### 4.- TALLERES DE CAPACITACION

Se realizaron talleres de capacitación a los secretarios ejecutivos cantonales del municipio y a existentes proveedores de servicios turísticos con el fin de sensibilizar y dar a conocer los beneficios que produciría ser un municipio turístico y aprovechar estos talleres para la propuesta de la planificación estratégica. (Anexo 1)

#### AGENDA DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA.

LUGAR	FECHA	TEMAS DEL TALLER
Achacachi	15 de abril del 2007	El turismo y el efecto multiplicador
Santiago de Huata	20 de mayo del 2007	El turismo y el efecto multiplicador
Chuquiñapi	22 de Junio del 2007	El turismo y el efecto multiplicador
Kalaque	27 de septiembre del 2007	El turismo y el efecto multiplicador
Copankara	13 de Octubre del 2007	El turismo y el efecto multiplicador

# CAPITULO V

## DIAGNOSTICO



2004.01.10

PLAZA INCLINADA SAN FRANCISCO



## **CAPITULO V**

### **DIAGNOSTICO**

#### **1.- OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO**

Los objetivos específicos del presente capítulo son:

- Exponer las referencias institucionales generales del municipio de Achacachi
- Conocer las características del trabajo realizado del municipio con respecto al turismo

#### **2.- ALCANCE Y METODOLOGÍA DEL DIAGNOSTICO**

La aplicación del diagnóstico se circunscribió al municipio de Achacachi en concordancia con la metodología de la investigación descrita anteriormente.

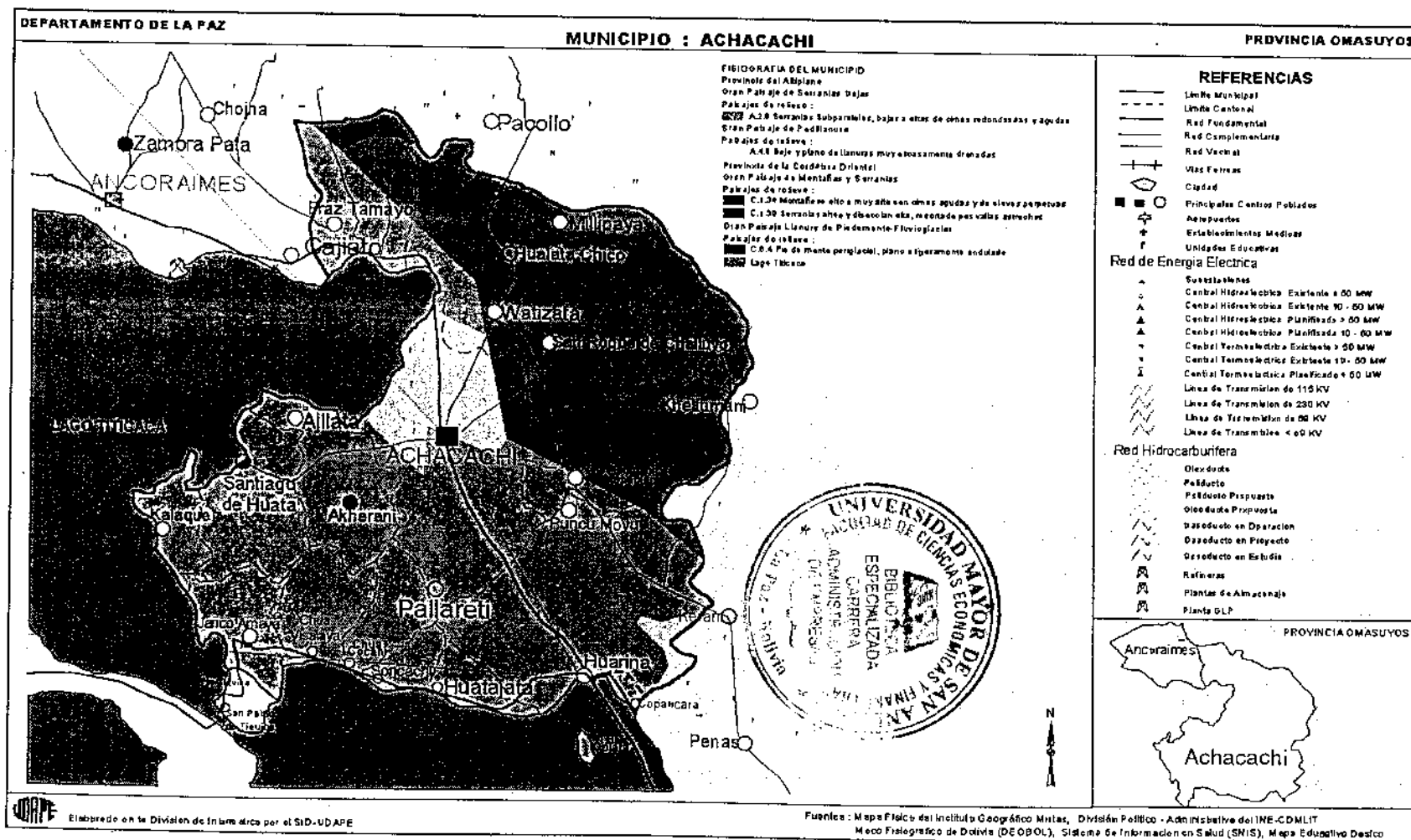
El desarrollo del presente diagnóstico es:

- Estudio y análisis de la actual planificación en el municipio de Achacachi.
- Análisis de las ventajas comparativas turísticas del municipio
- Análisis del grado de satisfacción de las necesidades del turismo
- Análisis del impacto del turismo
- Análisis del turista
- Análisis de agencias de viajes
- Análisis FODA

#### **3.- REFERENCIAS INSTITUCIONALES**

El municipio de Achacachi, capital de la primera sección municipal de la provincia Omasuyos se encuentra ubicada a una altura de 3.823 msnm, con una superficie de 2.113 km<sup>2</sup>, una población de 79.879 habitantes aproximadamente:

# MAPA REFERENCIAL DEL MUNICIPIO DE ACHACACHI



CUADRO N° 2

		1992			2001		
<b>Población Total por Censos</b>		60.050			70.503		
<b>Tasa Anual de Crecimiento Intercensal</b>					1,73		
<b>Hombres</b>		1992			2001		
Grupos de Edad	Total	Urbano	Rural	Total	Urbano	Rural	
Total	28.747	2.853	25.894	34.659	4.003	30.656	
0 a 5 años	4.496	441	4.055	4.802	558	4.244	
6 a 18 años	10.445	1.007	9.438	11.573	1.454	10.119	
19 a 39 años	6.051	812	5.239	7.657	1.051	6.606	
40 a 64 años	5.184	476	4.708	7.348	763	6.585	
65 años y más	2.571	117	2.454	3.279	177	3.102	

<b>Mujeres</b>		1992			2001		
Grupos de Edad	Total	Urbano	Rural	Total	Urbano	Rural	
Total	31.303	2.749	28.554	35.844	3.537	32.307	
0 a 5 años	4.545	444	4.101	4.298	455	3.843	
6 a 18 años	9.986	902	9.084	10.837	1.175	9.662	
19 a 39 años	7.606	793	6.813	8.658	1.027	7.631	
40 a 64 años	6.399	454	5.945	8.239	663	7.576	
65 años y más	2.767	156	2.611	3.812	217	3.595	

En referencia a la educación y la tasa de alfabetismo del municipio se tiene:

CUADRO N° 3

<b>Población por Edades que estudian (2001)</b>	<b>Ambos sexos</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>
4 - 5 años	3.525	1.849	1.676
6 - 13 años	14.235	7.271	6.964
14 - 17 años	6.675	3.464	3.211
18 - 19 años	2.692	1.452	1.240
<b>Tasa de Alfabetismo (2001)</b>			
1992	64,05	79,88	50,39
2001	74,87	88,77	62,11

Fuente: Instituto nacional de estadística

El municipio cuenta con infraestructura para la educación con los siguientes recursos físicos:

CUADRO Nº 4

Recursos Físicos (2001)	
Número de Locales Educativos	174
Número de Unidades Educativas	183
Número de Aulas	1.021
Matriculados / U. Educativas	121,34

Fuente: Instituto nacional de estadística

La tasa de pobreza intercensal del municipio se incremento del 1992 al 2001 como se ve en el siguiente cuadro:

CUADRO Nº 5

Pobreza	1992			2001		
	Total	Urban o	Rural	Total	Urban o	Rural
Población Pobre	46.473	4.033	42,44	64.447	6.520	57,927
Población en Extrema Pobreza	32.525	1.437	31,08	35.596	2.348	33,248
<b>Estratificación de la Pobreza</b>						
Necesidades Básicas Satisfechas	1,58	4,40	1,27	0,65	0,60	0,65
Umbral de Pobreza	5,13	14,17	4,13	6,09	8,15	5,85
Pobreza Moderada	28,00	52,41	25,30	41,75	58,39	39,83
Indigencia	57,11	27,64	60,37	48,02	31,95	49,87
Marginalidad	8,18	1,37	8,93	3,50	0,91	3,80

Fuente: Instituto nacional de estadística

Los principales indicadores de salud del municipio de Achacachi son:

La población en su conjunto es de origen Qulla (colla) y los principales idiomas que se hablan son:

CUADRO Nº 6

Principal(es) Idioma(s) Hablado(s)	Número	%
Aymara-Español	38.959	55,28
Aymara	22.793	32,34
Español	5.270	7,48
Quechua-Aymara-Español	407	0,58

Fuente: Instituto nacional de estadística

Y es conocido por mantener vivas sus organizaciones ancestrales, en muchos casos convertidas en sindicatos agrarios, además por su fama de tradición

combativa y guerrera, dentro los principales pueblos indígenas y originarios tenemos:

**CUADRO N° 7**

Principal Pueblo Indígena u Originario de Autoidentificación	Numero	%
Originario Aymara	43.040	95,04
Ninguno	2.001	4,42
Originario Quechua	173	0,38
Originario Otro Nativo	34	0,08

Fuente: Instituto nacional de estadística

**El clima** del altiplano como de Achacachi se caracteriza por ser de un régimen de dos temporadas: húmeda y seca. Las fluctuaciones más significativas son diurnas con temperaturas muy frías en las noches durante la temporada seca, y temperaturas medias durante la temporada de lluvias. En los meses de mayo, junio y julio existe la presencia de heladas. Los periodos de sequía comprenden agosto a octubre, presentándose también nevadas entre los meses de mayo y junio.

**La flora** en el municipio de Achacachi es variada y especialmente abundante, sobre todo en las riberas del lago Titicaca, en donde las macrófitas están presentes aproximadamente en 15 especies, destacándose entre las de mayor importancia la totora y otras plantas acuáticas que enraizadas al fondo llegan a la superficie, las que comúnmente son llamadas "llachos", helechos, musgos, existencia de eucaliptos.

**La fauna** en el municipio es muy variada, encontrándose desde mamíferos (carnívoros, roedores, endentados, etc.), aves, variedad de insectos y moluscos. La fauna piscícola esta representada por diferentes especies como ser: Ispi, Boga, Mauri, Trucha, Pejerrey. Existen varias especies de ranas, una de las especies de anfibios más representativos es la rana gigante. Las aves están distribuidas en todo el lago de acuerdo a los hábitat acuáticos presentes, sobre todo en los totorales. Entre las principales especies se encuentran: zambullidor blanquillo, zambullidor sumurmujo, garza blanca, pato pana, pato colorado, chipta pato, pato gerga, pato cordillerano, huallata, flamenco andino, choca. Además existen pequeñas aves asociadas a los ecosistemas de totorales.

Dentro del aspecto económico, la principal actividad de las comunidades es la pesca, (pejerrey, trucha y otras variedades típicas del lago) artesanías, tejidos, producción agrícola y ganadera, cuyos niveles de producción están orientados a satisfacer la demanda externa y al consumo familiar. En Achacachi se destaca la masa campesina (o el pequeño productor) organizadas en unidades productivas y que se encuentran marginadas y por demás atrasadas en las diversas actividades que hacen el desenvolvimiento económico social.

#### **4.- ACTUAL PLANIFICACIÓN DEL MUNICIPIO**

##### **4.1.- MISIÓN**

“Administrar toda la jurisdicción y gestionar todas las necesidades que se encuentran en su jurisdicción y convertirse en un municipio productivo”<sup>73</sup>

##### **4.2.- OBJETIVOS**

: “Mejorar las condiciones de vida e ingresos económicos de los comunarios del municipio de Achacachi”<sup>75</sup>

Dentro de los objetivos específicos y en particular en lo que se refiere a el aspecto económico productivo :

- Mejorar los ingresos económicos de la población a través del fortalecimiento de la agropecuaria piscicultura y turismo.
- Motivar a las comunidades a la actividad turística
- Capacitar a la población en micro empresas comunales.

##### **4.3.- ESTRATEGIAS**

- “Promover las ferias del municipio de Achacachi y en las comunidades agropecuarias piscícolas y de turismo.
- Apoyo a las industrias comunales dedicadas al ecoturismo
- Gestionar financiamiento para proyectos comunales dedicados al turismo”<sup>77</sup>

##### **4.4.- PROCEDIMIENTOS**

En el municipio de Achacachi se sigue ciertos procedimientos para la consecución de los planes a ser ejecutados durante toda la gestión, ósea la formulación del plan operativo anual (P.O.A.)

<sup>73</sup> Véase anexo 2, entrevista al Alcalde de Achacachi

<sup>75</sup> Plan de Desarrollo Municipal de Achacachi 2006- 2010 , Pag 121

<sup>77</sup> Plan de Desarrollo Municipal de Achacachi 2006 - 2010, Pag. 223

"En la elaboración del P.O.A participa el Alcalde, defendiendo las sugerencias que este hace; También participan las organizaciones identificando las necesidades de las comunidades .Posteriormente en un ampliado se aprueban las obras y programas a ser ejecutados de donde pasa para su aprobación por parte del comité de vigilancia y finalmente a la aprobación del honorable consejo municipal" <sup>78</sup> .

#### **4.5.- REGLAS**

Existe un conocimiento de los planes y políticas de desarrollo tanto a nivel nacional como departamental

Las reglas generales con las que se rige el municipio de Achacachi son la ley de participación popular , la ley de municipalidades y con el reglamento de administración de bienes y servicios , se puede evidenciar que el municipio de Achacachi cuenta con un manual de funciones que da las directrices que cada empleado debe realizar en su cargo , aunque se pudo evidenciar la falta de conocimiento de la existencia del manual de algunos funcionarios lo que hace que exista una improvisación en la administración.

#### **4.6.- PROGRAMAS**

El municipio de Achacachi realiza su programación anual operativa la cual cuenta con la aprobación de las comunidades del comité de vigilancia y por ultimo el honorable consejo municipal, esta programación se la realiza en concordancia al plan de desarrollo municipal, plan que se desarrolla cada cinco años.

Este programa esta estructurado sobre cuatro pilares esenciales:

- Físico - naturales
- Económico - productivo
- Socio – culturales
- Gestión - institucional. <sup>79</sup>

Dentro del objetivo económico – productivo se tiene: Promover la producción artesanal ligada al turismo, fomentar la creación de micro empresas turísticas, incursionar en el turismo comunitario, desarrollar talleres y cursos de capacitación turística.

---

<sup>78</sup> Véase entrevista con el alcalde de Achacachi

Los programas operativos anuales por lo general no se cumplen un 100% esto por que hay reformulaciones en los proyectos programáticos.

#### 4.7.- INGRESOS

El presupuesto asignado para la ejecución del plan de desarrollo municipal para los siguientes 5 años tiene que ver necesariamente con los ingresos que percibe el municipio por diversas fuentes:<sup>80</sup>

#### INGRESOS POR AÑO 2004-2006

(En bolivianos)

CUADRO N° 8

ANO	COPARTICIPACION TRIBUTARIA	INGRESOS PROPIOS
2004	10.512.124.	500.000
2005	13.664.544	550.000
2006	15.927.658	450.000

Fuente PDM Achacachi

#### PROYECCIÓN DE INGRESOS POR AÑO 2006-2010

(En bolivianos)

CUADRO N° 9

ANO	INGRESOS DE COPARTICIPACION TRIBUTARIA	INGRESOS PROPIOS	TOTALES
2006	15.927.658	450.000	16.377.658
2007	18.565.588	524.529	19.090.116
2008	21.640.410	712.661	22.251.411
2009	25.224.482	712.661	25.937.143.
2010	29.402.146	830.691	30.232.838

Fuente PDM Achacachi

También se muestra el resumen de la formulación del presupuesto por año según sub. Programas y el presupuesto por años según cantones. (Anexo 4)

<sup>80</sup> Plan de Desarrollo Municipal de Achacachi 2006 - 2010 Pág. 133



#### **4.8.- PROGRAMA DE PROMOCIÓN**

En la actualidad no existe promoción alguna generada por el municipio de Achacachi hacia los atractivos turísticos que posee la región pero si existe un encargado del desarrollo turístico quien de alguna u otra forma apoya a estos atractivos turísticos.

Por otra parte el viseministerio de turismo considera a esta región zona de grandes atractivos, pero no existe un buen programa de promoción para esta región.

#### **4.9.- ESTRUCTURA ORGÁNICA**

La estructura orgánica del municipio de Achacachi puede ser apreciada en el organigrama de esta institución (ver anexo 5) en el presente acápite se realiza un breve análisis del mismo con el propósito de establecer la departamentalización actual del municipio las dependencias y las relaciones entre las unidades y fundamentalmente ubicar a nivel estructural la unidad de turismo que es objeto principal de nuestro estudio.

Es evidente que en la estructura organizacional del gobierno de Achacachi no esta bien estructurada ya que la unidad de desarrollo turístico depende directamente de la unidad de desarrollo agropecuario y agroindustrial que a su vez depende de la oficialía de desarrollo productivo que no tiene una relación directa con el turismo, por otra parte el espacio físico, debemos hacer notar que no cuenta con un espacio físico para la operatividad de esta unidad, de los integrantes de la unidad la unidad de turismo solo cuenta con una persona encargada, que no abastece para el conjunto de tareas que se deben encarar en el área de turismo, por otro lado la persona encargada no es un profesional en el campo turístico ya que este es egresado de ciencias políticas.

#### **5.- RECURSOS TURÍSTICOS**

Los recursos turísticos que posee esta región son en si las ventajas comparativas que hacen de este lugar la inspiración para el desarrollo de este trabajo.

5.1.- INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ACHACACHI

ATRACTIVO	CATEGORIA	UBICACIÓN	ACCESO	CARACTERÍSTICAS DEL INTERÉS TURÍSTICO	ESTADO CONSERVACIÓN
MIRADORES	NATURALES	Chuquiñapi Paricucho Poco poco Copancara Chilaya grande qhawani	Desde la ciudad de La Paz se tiene camino asfaltado hasta la ciudad de Achacachi de allí el camino esta ripiado. No cuenta con acceso	Lugares ubicados a una altura favorable para admirar gran parte de la península y apreciar el lago Titicaca	Bueno
PLAYAS  Ver foto n.1	NATURALES	Chua Wisalaya Willkawaya, Saqina, Quñani, Tajucachi, Chuquiñap qhawani Confuri Pucuru Tuqi pukuru	Desde la ciudad de La Paz se tiene camino asfaltado hasta los lugares de destino excepto Santiago de Huta y Chuquiñapi que son de ripio.	Playas optimas para practicar deportes acuáticos, disfrutar del lago Titicaca	Muy bueno
ISLA FLOTANTE Ver foto n.2	NATURALES	Suriqui	Desde la ciudad de La Paz se tienen camino asfaltado hasta la ciudad de Achacachi de allí a la isla el camino es ripiado, para llegar a las islas se debe utilizar medio de transporte.	Isla peculiar desde la cual se aprecia la belleza del lago Titicaca.	Bueno

<p>SENDERO Y CUEVAS</p>	<p>NATURALES</p>	<p>Santiago de Huata</p>	<p>Desde la ciudad de La Paz se tiene camino asfaltado hasta la ciudad de Achacachi de allí a el camino es ripiado hasta el sendero.</p>	<p>Sendero con árboles apto para practicar caminatas para observar las cuevas de rocas naturales.</p>	<p><b>Bueno</b></p>
<p>SITIO ARQUEOLÓGICO</p>	<p>LEGADO ARQUEOLÓGICO</p>	<p>Se encuentra situado en la plaza principal de Santiago de Huata</p>	<p>Desde la ciudad de La Paz se tiene camino asfaltado hasta la ciudad de Achacachi de allí a Santiago de huata se sigue por el camino de tierra bordeado por árboles hasta llegar a la plaza principal, la iglesia y a las ruinas que están cercadas en la plaza. Se conservan monolitos</p>	<p>Son de la cultura chiripa todavía quedan completas dos partes de los monolitos mismos realizados en piedra con una técnica similar a la utilizada en Tiwanako.</p>	<p><b>Regular</b></p>
<p>SITIOS ARQUEOLÓGICO Ver foto n.3</p>	<p>LEGADO ARQUEOLÓGICO</p>	<p>Warisata</p>	<p>Desde la ciudad de La Paz se tiene caminos asfaltados hasta la ciudad de Achacachi, los sitios arqueológicos se encuentran en las comunidades de su mismo nombre</p>	<p>Importantes legados arqueológicos de la cultura Chiripa, pero que lamentablemente no están al descubierto pero se está trabajando en ello.</p>	



<p>IGLESIA DE ACHACACHI Ver foto n.4</p>	<p>PATRIMONIO URBANO ARQUEOLÓGICO Y ARTÍSTICO</p>	<p>La iglesia esta situado en la plaza principal</p>	<p>Desde la ciudad de La Paz se tiene caminos asfaltados</p>	<p>La iglesia de Achacachi es de la época colonial, tiene plantas en forma de cruz latina. Conserva aun el retablo principal que es el estilo barroco, mestizo y dorado en pan dorado. Todavía tiene partes con pintura que son de estilo barroco. Es preferible visitar el lugar en días de fiesta como el 16 de julio y la feria del domingo.</p>	<p>La iglesia no se encuentra conservada tiene una rajadura muy grande que puede ocasionar gran problema además existen muchas palomas, las cuales están dañando los cuadros y esculturas.</p>
<p>IGLESIA DE SANTIAGO DE HUATA Ver foto n.5</p>	<p>PATRIMONIO URBANO ARQUITECTÓNICO Y ARTÍSTICO</p>	<p>La iglesia se ubica en la plaza principal de Santiago de huata.</p>	<p>Desde la ciudad de La Paz se tiene caminos asfaltados hasta ciudad de Achacachi desde allí el camino es ripiado.</p>	<p>La iglesia de Santiago de Huta de la época colonial, tiene pinturas con estilo barroco y mural. Restaurada y con la posibilidad de ingresar a visitar la, puede complementar con otros atributos turísticos cercanos. Es preferible visitar el lugar en días de fiesta como el 16 de julio semana santa y la feria del domingo.</p>	<p>El templo esta en buen estado.</p>

<p>CASA DE HACIENDA Ver foto n.6</p>	<p>PATRIMONIO URBANO ARQUITECTÓNICO Y ARTÍSTICO</p>	<p>Las haciendas se encuentran ubicadas en la comunidad de Chuquiñapi</p>	<p>Desde la ciudad de La Paz que tiene caminos asfaltados hasta la ciudad de Achacachi, luego el camino es ripiado con senderos de árboles.</p>	<p>Edificios, que muestran la importancia de la región donde se construyeron casas hermosas para jesuitas.</p>	<p>La casa de hacienda se encuentra en buen estado, actualmente en este edificio funciona una casa de reposo que lo usas los padres.</p>
<p>MUSEO DE SANTIAGO DE HUATA</p>	<p>MUSEO Y MANIFESTACIÓN CULTURAL</p>	<p>El museo esta ubicado a una cuadra de la plaza principal de Santiago de Huata</p>	<p>Desde la ciudad de La Paz se tiene caminos asfaltados hasta ciudad de Achacachi desde allí el camino es ripiado.</p>	<p>Museo regional donde se puede apreciar piezas de cerámica de las excavaciones realizadas en los alrededores, también existen cuadros explicativos para poder entender mejor sobre las culturas Tiawanakotas y Chiripa. Es un museo muy bien montado que le da una idea clara de las culturas existen en las cerámicas</p>	<p>Muy bueno.</p>
<p>DANZA DE LA MORENADA</p>	<p>CULTURAL</p>	<p>Esta danza se baila especialmente para el 29 de junio.</p>	<p>Desde la ciudad de La Paz se tiene camino asfaltado hasta la ciudad de Achacachi</p>	<p>Según investigaciones por expertos en la materia, Es una fiesta de mistis, de la gente mestiza (misti, nacidos de Qullas (Collas) y españoles), o como ellos mismos se llaman: "vecinos".</p>	

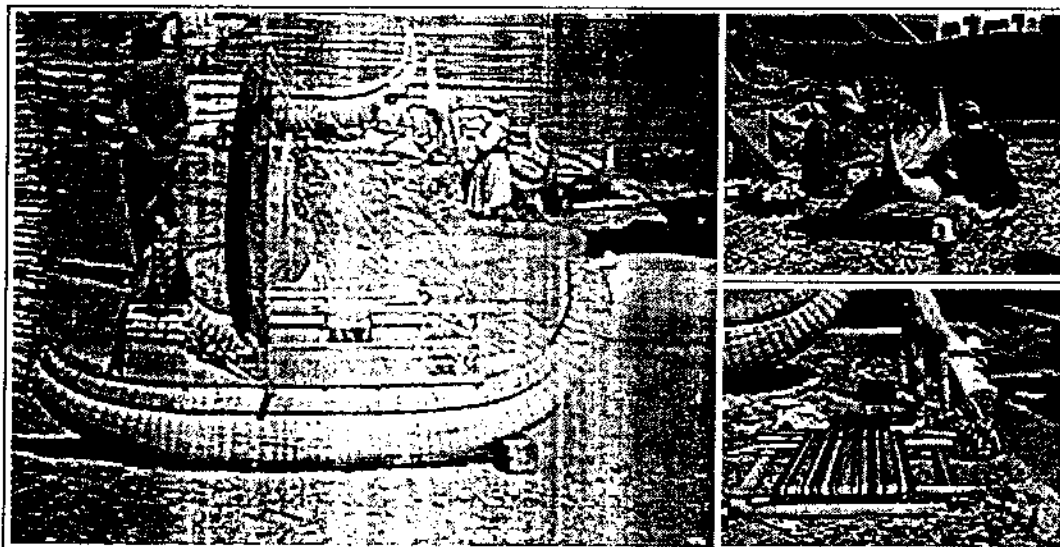
DANZA DE LOS CHUNCHOS	CULTURAL	Esta danza se baila especialmente en la comunidad de Chiripa.	Desde la ciudad de La Paz se tiene camino asfaltado hasta la ciudad de Achacachi	Danza típica del lugar, con una vestimenta multicolor y atrayente.	
FIESTA	ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	Fiesta Patronal Aniversario San Pedro San Pablo, Corpus Cristi Fiesta de la Exaltación,	Cantón Achacachi Cantón Copancara Cantón Santiago de Huata Municipio Municipio	Las distintas fiestas del municipio tienen características peculiares que podrían atraer a turistas nacionales como extranjeros.	
FERIAS	ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	Feria semanal (Domingo) Feria internacional de la leche y música autóctona Feria anual (Septiembre)	Achacachi Compi Achacachi	Feria internacional donde se vende productos, peruanos y bolivianos venta e intercambio de productos pecuarios, agrícolas, ganados, donde actualmente aún se practica el trueque.	
AGUAS TERMALES	NATURAL	Chiyar uyu	Desde la ciudad de La Paz se tiene camino asfaltado hasta la ciudad de Achacachi de allí el camino es ripiado.	Son recursos aprovechados en la medicina natural por los aymaras para curar dolencias con baños de agua termal.	Bueno

Como se puede evidenciar esta zona si cuenta con grandes atractivos turísticos que siendo bien aprovechados, alcanzarían verdaderas alternativas de desarrollo económico del municipio de Achacachi, haciendo que esta región se considere un verdadero centro turístico.

**PLAYAS (foto 1)**



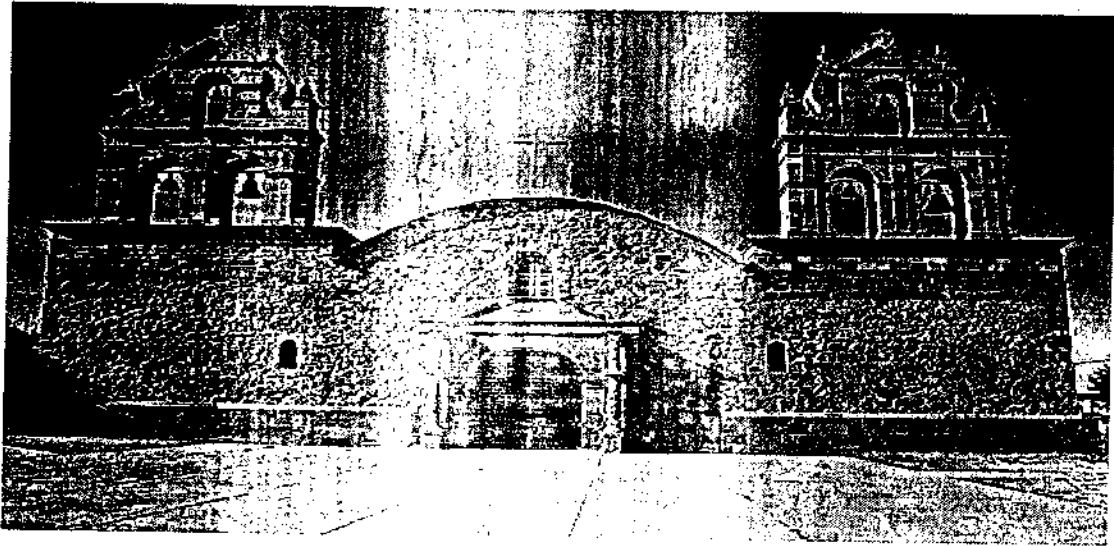
**ISLA (foto 2)**



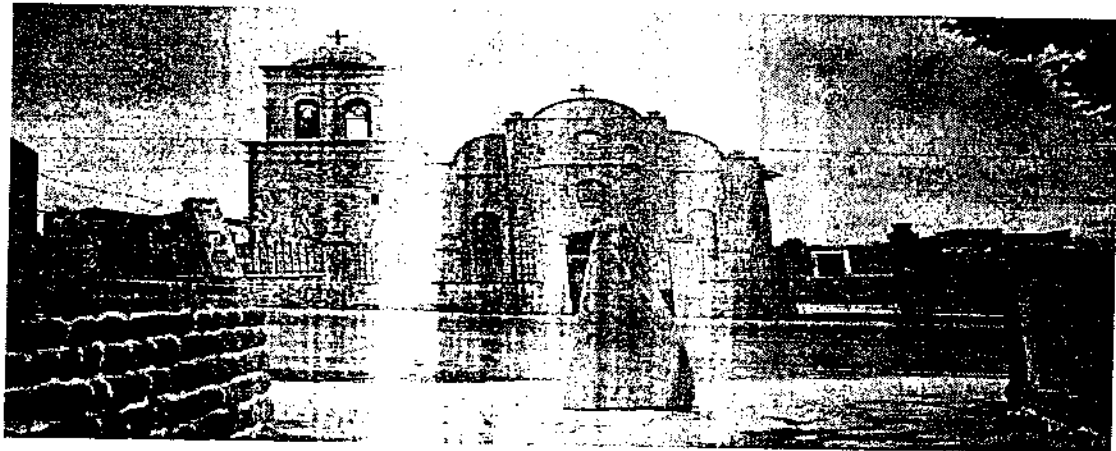
LEGADO ARQUEOLÓGICO (foto 3)



IGLESIA ACHACACHI (foto 4)



IGLESIA SANTIAGO DE HUATA (foto 5)





**CASA DE HACIENDA (foto 6)**



**5.2.- FIESTAS TRADICIONALES**

El folklore está catalogado como un patrimonio cultural de la región y que se presenta año tras año el festival autóctono de Compi - Tauca que se realiza cada año.

Con el motivo de las ferias de pescado, la totora y productos del año se ha promovido, demostraciones de danzas con carácter folklórico para brindar alegría y música a los visitantes como el caso de Achacachi, Huarina, Chua Visalaya y Hatajada. (Ver foto 7)

**FOTO 7**

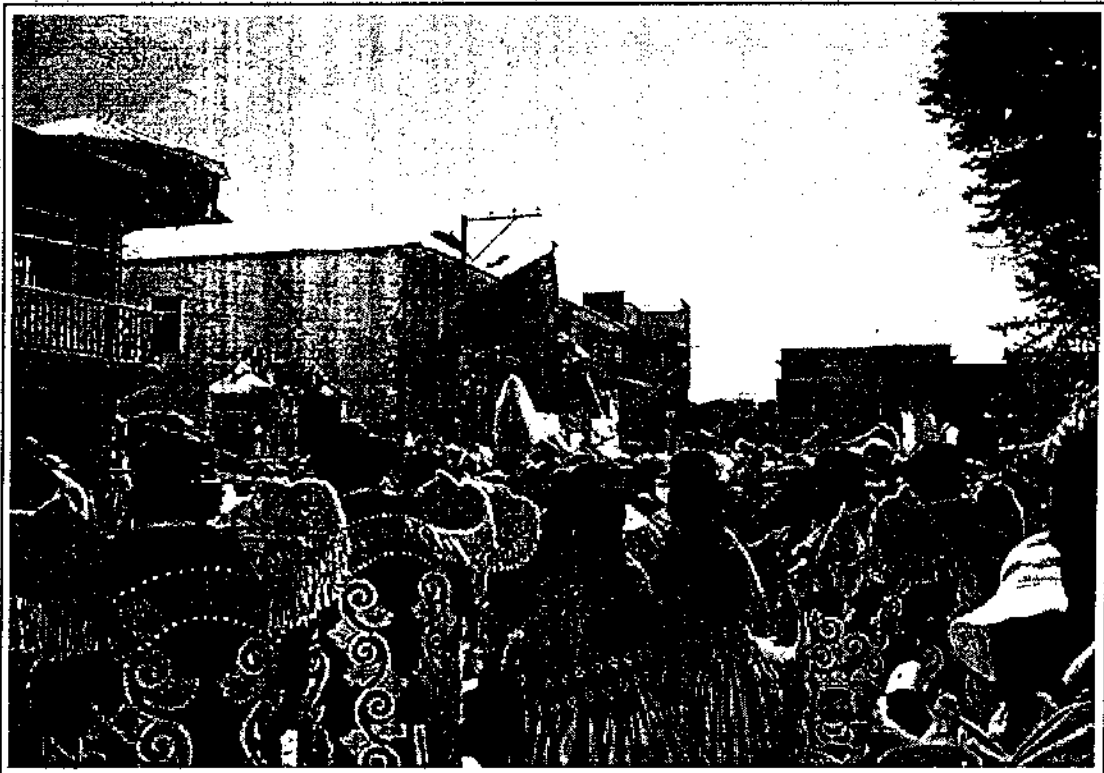


Las fiestas tradicionales son el 3 de mayo, orientados por el ciclo ritual agrícola que se práctica en la comunidad de Copancara, Santiago de Huata y las

comunidades Ajllata, Confuri Ayati, Corilaya, Tuke Pucuru y otras comunidades con los diferentes danzas que corresponden a la época de los inicios de la cosecha como un agradecimiento a la producción agrícola y la ch'alla a la Chacana o la cruz del sur por su orientación de los astros.

Tiene tres fiestas principales, la de San Pedro y San Pablo, Corpus Cristi y la fiesta de la exaltación, que constituyen una de las pocas expresiones originales en danzas y música prehispánica y folklórica: (ver foto 8)

**FOTO 8**



San Pedro y San Pablo. Esta fiesta se lleva a cabo cada 29 de junio. Es una fiesta de mistis, de la gente mestiza (misti, nacidos de Qullas (Collas) y españoles), o como ellos mismos se llaman: "vecinos". En esta festividad se baila Morenada, Caporales, Danzantis y P'acochis. Vease también una semblanza y origen de esta festividad. (Ver foto 9)

**FOTO 9**



San Pedro y San Pablo.- Fiesta que se celebra en La Paz – Tiquina - Achacachi. Corpus Cristi. En esta fiesta se bailan, mukululus, kjachwiris, chokela, wacawacas. Es conocida como una fiesta de indios por que participan las comunidades de alrededores de la ciudad. (Ver foto 10)

**FOTO 10**



Por ultimo esta la festividad del señor de la Exaltación (18 de noviembre) o fiesta de obreros por que solo bailan la gente dedicada al comercio de la hoja de coca, los sastres, los herreros, los transportistas, etc. En esta fiesta se baila la danza de los Incas, Diablada, Cullawada, Mok'ok'aras, Potolo, Llamerada y también morenos como la: Morenada Juventud San Pedro residentes de Achacachi "Los catedráticos" con su paso militarizado mas conocido como Morenada "Los catedráticos". (Ver foto 11)

FOTO 11



Las acciones ideológicas y políticas emprendidas por los indígenas (ponchos rojos) se convirtieron a su vez como un nuevo atractivo del municipio de Achacachi (ver foto 12)

FOTO 12



## 6.- INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE ACHACACHI

### 6.1.- Infraestructura básica de servicios:

- ° Hospedaje
- ° Gastronomía
- ° Portuario
- ° Transporte

En la zona se puede advertir claramente que la infraestructura de servicios esta desarrollada con total ausencia de planificación, salvo tres o cuatro empresas que desarrollan un trabajo especializado y con recursos humanos calificados.

La minoría de los establecimientos y otros prestadores de servicios establecidos para trabajar con el turismo, ofertan y proveen servicios con una total calidad como ser:

- ° **Hotel Inca Utama\*\*\*\*\*** ubicado en Huatajata
- ° **Hotel Pachamama** ubicado en Chua
- ° **Hostal Inti Karka** ubicado en Achacachi
- ° **Hostal Lago Azul** ubicado en Huarina
- ° **Alojamiento San Nicolás** ubicado Santiago de Huata
- ° **Hotel Dorado (en construcción)** ubicado en Huatajata
- ° **Hotel las Balsas** ubicado en Huatajata

Los establecimientos gastronómicos son los que mas predominan están conformados por restaurantes y pensiones populares:

- ° Restaurante Crillon
- ° Restaurante Yachi Club
- ° Restaurante Inti Raymi
- ° Restaurante Lago Azul
- ° Restaurante Panamericana
- ° Restaurante Mirador
- ° Restaurante La Playa
- ° Restaurante Yawar Mallku
- ° Restaurante La Cabaña
- ° Restaurante Kala Uta
- ° Restaurante Pachamama

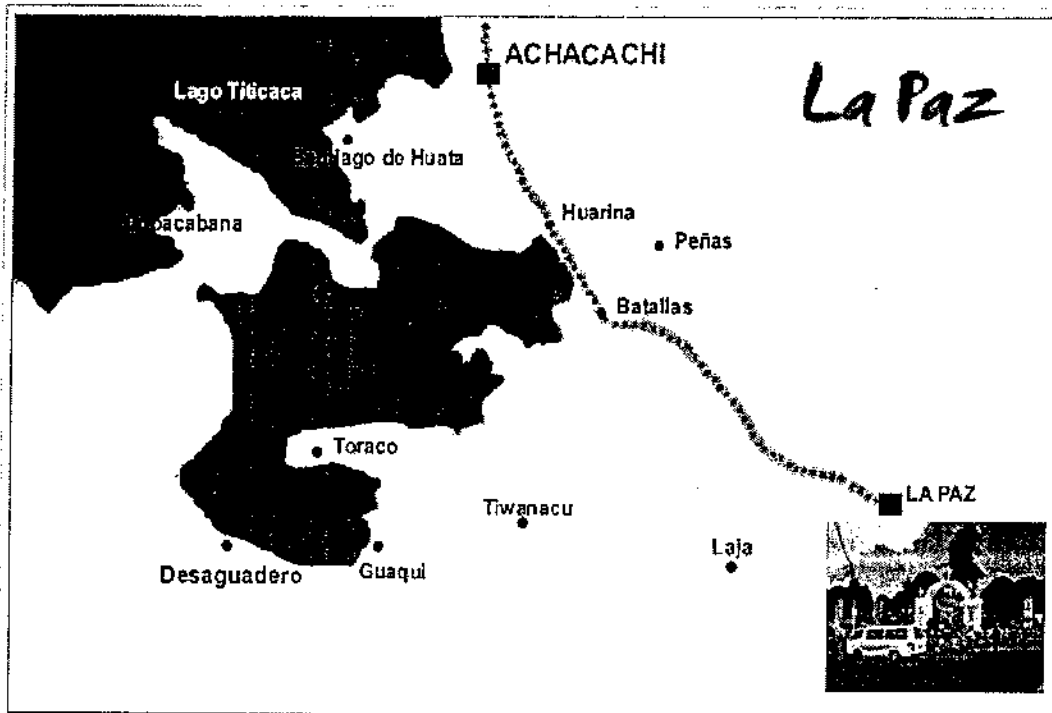


- ° Restaurante Sol Andes
- ° Restaurante Samawi
- ° Restaurante "Titicaca"
- ° Pensión San Nicolás
- ° Pensión Doña Cristina
- ° Pensión Limache
- ° Pensión Huañapaco

• **INFRAESTRUCTURA CAMINERA**

Existe una buena infraestructura caminera entre la ciudad de La Paz y el municipio de Achacachi es una carretera troncal de primer orden y las carreteras que comunican a las comunidades (Huatajata , Huarina, Compi , Chua, Chua Konani) del sector del lago es su mayoría son de asfalto, pero existen comunidades (Santiago de Huata , Kalaque) del sector del lago que sus carreteras son de tierra y están rípiadas.

• **TRANSPORTE PUBLICO**



RUTA A ACHACACHI

Se toma un minibús desde la calle Bustillos esquina Héroes del Pacífico, final Av. Mariano Baptista. Cerca al cementerio general de la ciudad de La Paz. Zona

Callampaya actualmente también se puede tomar minibús de la ciudad de el Alto Ceja para llegara a la ciudad de Achacachi.

El servicio de minibuses empieza a la 04:00 hasta las 20:00. Los minibuses salen cada 10 minutos en ambos lugares. Y el viaje toma alrededor de 2 horas y del centro de La Paz y de la ciudad de El Alto 1 hora media aproximadamente. El pasaje es de seis bolivianos (Bs. 6).

La parada de minibuses en la ciudad de **Achacachi** esta ubicado en la Av. Macario Escobar esquina General Campero. El servicio hacia la ciudad de La Paz empieza a las 04:00 hasta las 20:00.

Desde **Achacachi** también existen minibuses hacia, Santiago de Huata, Warisata, y taxis hacia las demás poblaciones aledañas, como Avicha, Belen, Suntia, etc. Y los pasajes van desde 1 Bs. hasta 5 Bs.

## **7.- IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA POBLACIÓN LOCAL.**

El turista genera una serie de impactos en la sociedad y su entorno. Estos impactos pueden ser positivos así como negativos:

### **7.1.- Impacto Social**

El turismo ha generado, un comportamiento diferente con respecto a otras poblaciones fuera del sector del lago.

Pese a que existen infraestructuras organizacionales de tipo sindical vigentes, la participación y consecuencia a esas formas de organización esta muy desgastada y los líderes muy debilitados. Debido a que su actividad económica no esta ligada a la agricultura.

Se advierte con mucha nitidez que la calidad de vida es mucho mejor con respecto a otras poblaciones de comunidades fuera del sector del lago.

Se ha generado una fuerte tendencia hacia el desarrollo marcado por el individualismo y la competitividad.

### **7.2.- Impacto Cultural**

Se ha valorando la variedad de tradiciones y costumbres rurales.

Se consolido el sentimiento de identidad, sin desmedro de lo moderno, es decir acopiando los elementos de la modernidad.

El turismo incrementa la autoestima de las comunidades y valora los recursos culturales.

### **7.3.- Impacto Ambiental**

El turismo releva, pone en valor los recursos naturales en la zona de estudio.

Genera enormes cantidades de desechos que no son manejados ni tratados adecuadamente.

### **8.- CANTIDAD DE VISITANTES**

La llegada de turistas a un determinado lugar que cuenta con atractivos turísticos hace que se produzca un movimiento económico tanto directo como indirecto en las empresas relacionadas con este sector, recuperando de forma positiva en el ingreso de divisas a la economía de un país.

A partir de la década del 70 el flujo de turistas hacia el sector lago del municipio de Achacachi se fue manifestando favorablemente en los últimos años, se fue clasificando las tendencias de acuerdo a los tres segmentos claramente identificados:

- **Extranjeros;** El flujo de turistas extranjeros con alta capacidad de gasto a la zona es todo el año con una elevación moderada durante la temporada alta de turismo, su comportamiento es acorde a su capacidad de gasto es por esto que siempre demandan mucha calidad en los servicios que utilizan (ver cuadro 10)  
De acuerdo con la información obtenida se estima que alrededor de 8500 turistas extranjeros visitan la zona anualmente. Sin embargo cabe mencionar que por la ciudad de Achacachi, circula un número similar de turistas que tienen como destino final Sorata y en temporada alta el nevado Illampu
- **Nacionales de fin de semana;** Los turistas nacionales de fin de semana están constituidos particularmente por familias que se trasladan a la zona en moviidades particulares y su recorrido normalmente es de un día. Son turistas con moderada capacidad de gasto este segmento se caracteriza por el flujo anual constante. con la particularidad que visitan la zona especialmente los fines de semana, sábados y/o domingos estima que alrededor de 25000 turistas nacionales visitan la zona cada año. (ver cuadro 10)
- **Nacionales Excursionistas;** Este segmentó esta constituido por estudiantes excursionistas con baja capacidad de gasto y que en su gran mayoría su visita



solo dura un solo día .El flujo estimado de visitantes para este segmento estaría por encima de los 35000 visitantes cada año (ver cuadro 10)

**DISTRIBUCIÓN DE VISITANTES SEGÚN ESTIMACIÓN 2007**

**CUADRO N° 10**

<b>SEGMENTO</b>	<b>No DE VISITANTES</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
EXTRANJEROS	8500	12.4
NACIONALES	25000	36.5
EXCURSIONISTAS	35000	51.1
TOTAL	68500	100

Fuente PDM Achacachi 2006-2010

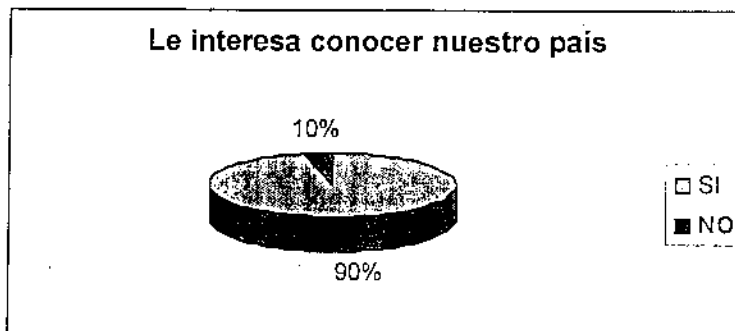
## 9.- RESULTADOS DE LA ENCUESTA

El objetivo de este estudio es identificar las expectativas y necesidades de la población turística nacional y extranjera que podría estar interesada en los atractivos turísticos del municipio.

### 9.1.- ANÁLISIS DE LOS TURISTAS NACIONALES

¿Le interesa a usted conocer nuestro país?

GRAFICO N° 2



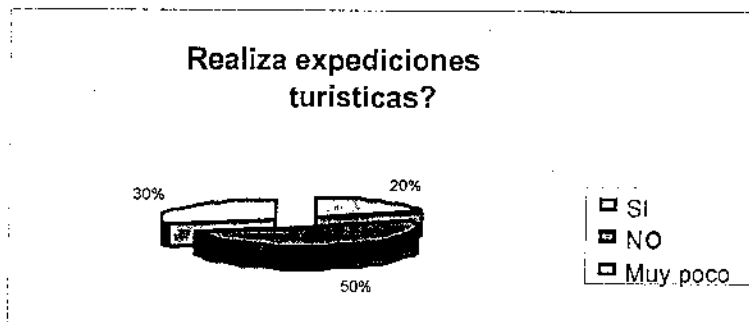
Fuente: Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

El 90% de las encuestas realizadas a potenciales turistas nacionales si están interesados en conocer nuestro país, mientras el restante 10% no esta interesado por conocer nuestro país.

Lo que indica que se tiene en el mercado local una potencialidad en turistas nacionales que quieren conocer nuestro país, esto demuestra que divulgando la debida información a cerca de estos atractivos turísticos, se motivaría a los turistas nacionales para que éstos puedan visitar los atractivos turísticos que ofrece el municipio.

¿Realiza usted expediciones turísticas vacacionales?

GRAFICO N° 3

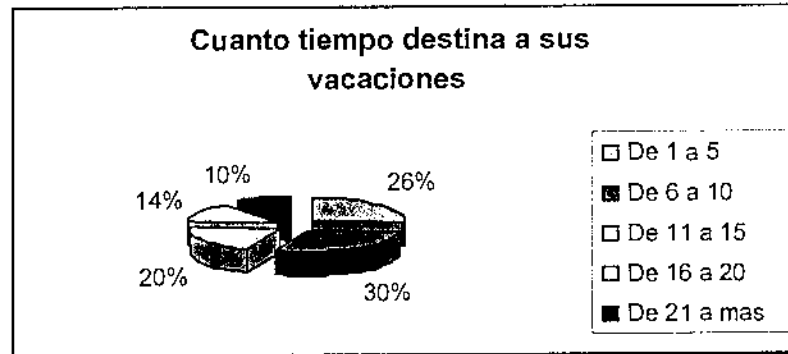


Fuente: Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

El 20% de las encuestas realizadas nos demuestran que si realizan expediciones turísticas, el 50% no las realizan y el 30% las realizan muy poco. Esto nos demuestra que en la sociedad boliviana no hay una conciencia turística destinada a conocer nuestro país

**¿Cuánto tiempo destina a sus vacaciones fuera de su hogar?**

**GRAFICO Nº 4**

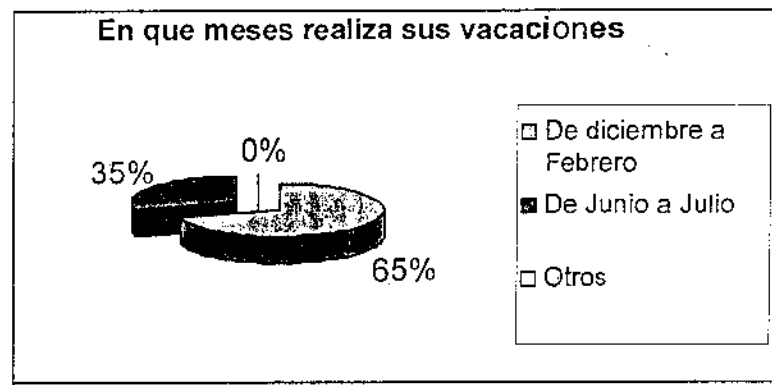


Fuente: Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

El 30% de los encuestados destina a sus vacaciones de 6 a 10 días, el 26% de 1 a 5 días, el 20% de 11 a 15 días, el 14% de 16 a 20 días y el 10% destina de 21 días a mas. Esto nos demuestra que las personas en nuestro país dedican muy poco tiempo a sus vacaciones, ubicándose el de 6 a 10 días el que mayor porcentaje tiene que a su vez también nos indica que las personas salen de sus hogares y pernoctan en otros lugares.

**¿En que meses del año realiza sus vacaciones fuera de su hogar?**

**GRAFICO Nº 5**



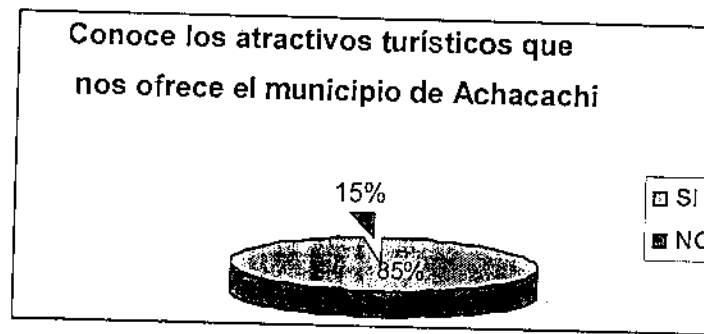
Fuente: Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

En el cuadro podemos observar que el 65% de los encuestados realizan sus vacaciones fuera de sus hogares entre los meses de diciembre a febrero, mientras que un 35% las realiza entre los meses de junio a julio.

Estos datos nos demuestran que las personas en nuestro país aprovechan las vacaciones de fin de año y de medio año para realizar sus vacaciones.

**¿Conoce los atractivos turísticos que nos ofrece el municipio de Achacachi?**

**GRAFICO N° 6**



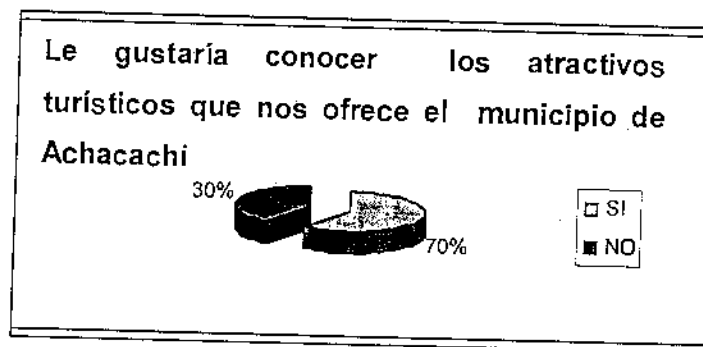
Fuente: Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

El 85% de los turistas nacionales no conocen los atractivos turísticos que nos ofrece el municipio de Achacachi, mientras un 15% conocen estos atractivos.

Esto nos demuestra que la gente tiene conocimiento de los atractivos turísticos que nos ofrece el municipio que se encuentra en nuestro país.

**¿Le gustaría conocer los atractivos turísticos que nos ofrece el municipio de Achacachi?**

**GRAFICO N° 7**



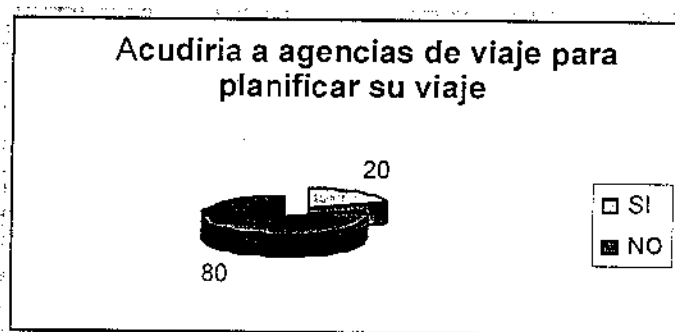
Fuente: Elaboración Propia en base a resultados de las encuestas

Al 70% de los encuestados si le gustaría conocer estos atractivos turísticos, mientras al restante 30% no le interesa conocerlas.

Podemos concluir que por el hecho de haber escuchado hablar de los atractivos turísticos que nos ofrece el municipio de Achacachi hay muchas personas que se encuentran atraídas de conocerlas, pero hay también otras personas que si se encuentran motivadas por conocerlas.

**¿Acudiría a las agencias de viaje para planificar la visita a los atractivos turísticos que nos ofrece el municipio de Achacachi?**

**GRAFICO N ° 8**



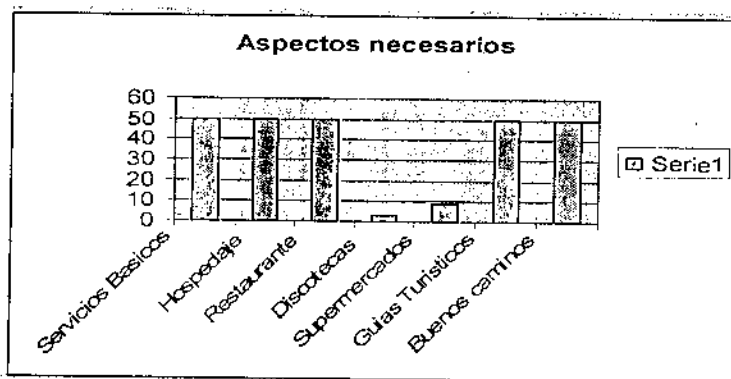
Fuente: Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

El 20% si estaría dispuesta a solicitar los servicios de las agencias de viaje para planificar su viaje, pero un 80% no acudiría a las agencias de viaje.

Esto nos demuestra que hay muchas personas que prefieren planificar sus viajes promedios propios y no acudirían a empresas especializadas para planificarlos.

**¿Señale los aspectos imprescindibles que considere necesarios debería tener el lugar que visitaría?**

**GRAFICO N ° 9**



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de las encuestas



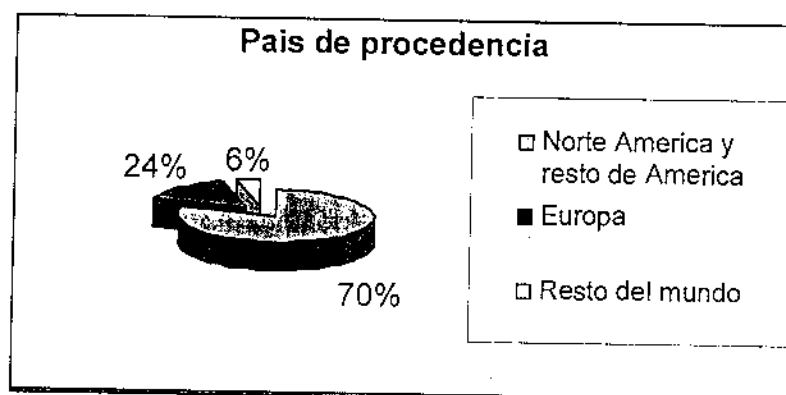
Entre los aspectos que los encuestados consideran imprescindibles que debería tener el lugar que visiten son: servicios básicos, hospedaje, restaurante, guías turísticos, buenos caminos, y en un menor grado de exigencia están los supermercados y las discotecas.

Con esta respuesta se demuestra que hay necesidades imprescindibles que deben tener los lugares que son considerados atractivos turísticos para que los potenciales turistas puedan visitarlos y de esta manera puedan satisfacer sus necesidades.

## 9.2.- ANÁLISIS DE TURISTAS EXTRANJEROS

Lugar de procedencia.

GRAFICO N° 10



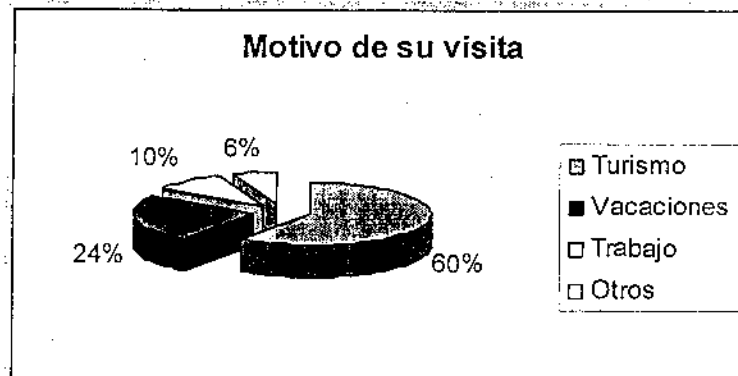
Fuente: Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

El 70% de los turistas encuestados tiene como lugar de procedencia Norte América y el resto de América, el 24% vienen de Europa y un 6% del resto del mundo.

Los resultados dan cuenta que la mayor afluencia de turistas a nuestro país provienen de nuestro mismo continente del continente Americano, por otro lado también muestra que el mercado poco explotado como es el del Europa tiene una afluencia de visitantes menos importante y del resto del mundo casi nula.

### ¿Cuál es el motivo de su visita?

GRAFICO N° 11



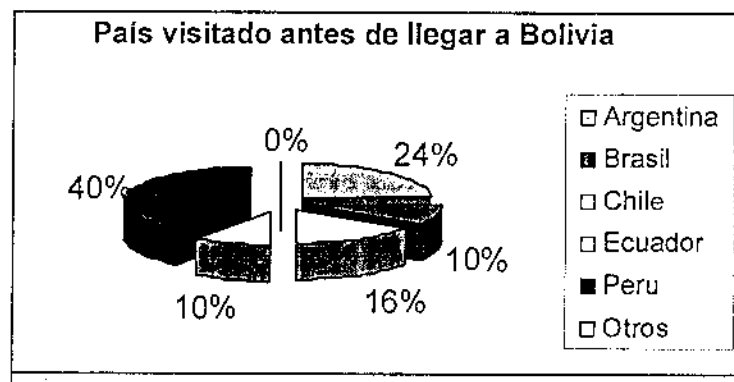
Fuente: Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

De las personas encuestadas obtenemos que el 60% llegan a nuestro país por motivos de turismo, el 24% por vacaciones, el 10% por trabajo y el restante 6% por otros motivos no especificados.

Estos resultados reflejan que la mayor parte de los turistas que llegan a nuestro país son personas que vienen por turismo lo que es conveniente por la generación de entrada de divisas a la economía local.

### ¿Qué otros países visitó antes de llegar a Bolivia?

GRAFICO N° 12



Fuente: Elaboración Propia en base a resultados de las encuestas

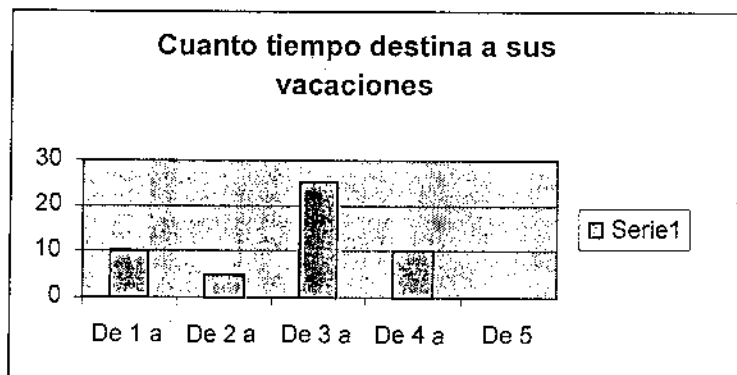
El 40% de los turistas que llegan a Bolivia visitan primeramente Perú, el 24% visita Argentina, el 16% Chile, el 10% visitan Ecuador y el sobrante 10% Brasil.

Estos resultados reflejan que la mayor parte de los turistas que ingresan a nuestro país viene del Perú, país que sabemos que tiene grandes atractivos turísticos, y

esto corrobora que nuestros atractivos turísticos son complemento y no principales.

### ¿Cuánto tiempo destina a sus vacaciones?

GRAFICO Nº 13



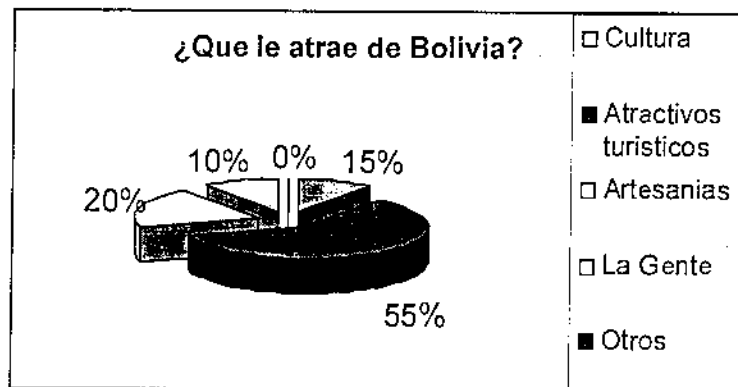
Fuente: Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

El 50% destina de 3 a 4 semanas a sus vacaciones, el 20% entre 1 a 2 semanas, el 20% de 4 a 5 semanas y el 10% de 1 a 2 semanas.

Los resultados demuestran que la mayor parte de los turistas destinan entre 3 a 4 semanas de su tiempo a sus vacaciones, tiempo que pernoctan fuera de sus hogares lo que significa que gastan recursos propios en el país que visitan.

### ¿Qué le atrae de Bolivia?

GRAFICO Nº 14



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

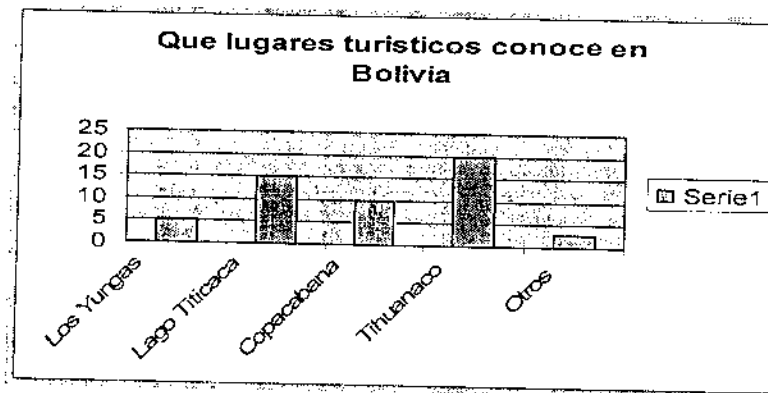
El 55% señala que lo que mas le atrae de Bolivia son sus atractivos, al 20% le atrae las artesanías, el 15% la cultura y el 10% la gente.



Se observa que en los datos obtenidos la mayor parte de los turistas encuestados visitan nuestro país por la motivación de conocer los atractivos que existen Bolivia, no dejando de lado las artesanías que son muy apreciadas por los turistas.

**¿Qué lugares turísticos conoce en Bolivia?**

**GRAFICO N° 15**



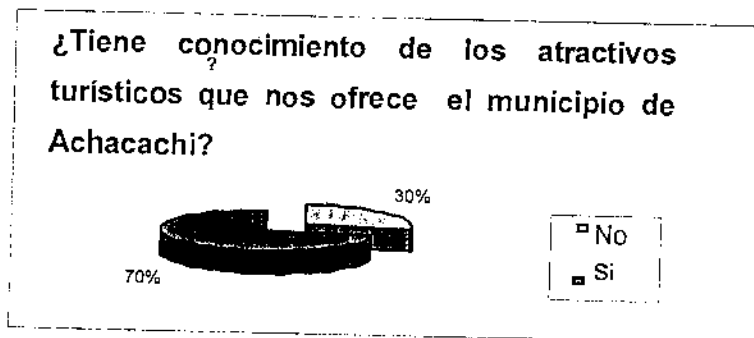
Fuente: Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

El 40% dice conocer las ruinas de Tihuanaco, el 30% el Lago Titicaca, el 16% Copacabana, el 10% los Yungas, el 4% otros lugares no especificados

De las respuestas obtenidas se concluye que en el lugar mas conocido por los turistas son las ruinas de Tihuanaco, el Lago y Copacabana. También reflejan que no hay conocimiento alguno de los atractivos del municipio de Achacachi

**¿Conoce los atractivos turísticos que nos ofrece el municipio de Achacachi (playas, chulpares, atracaderos, cuevas, turismo de aventura)?**

**GRAFICO N° 16**



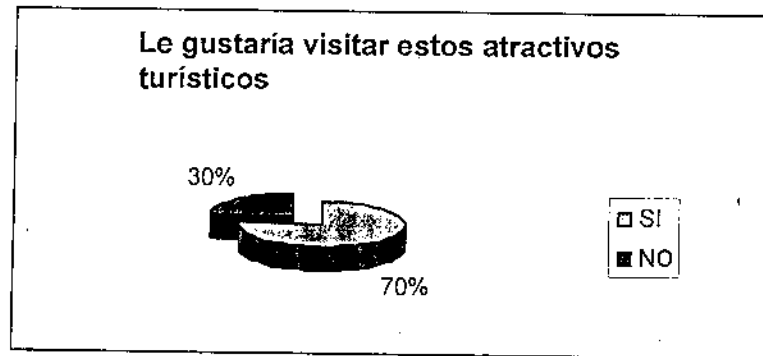
Fuente: Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

El 70% de los turistas encuestados no tienen conocimiento de los atractivos turísticos que nos ofrece el municipio de Achacachi que son existentes en nuestro país.

El resultado obtenido de esta respuesta refleja la ausencia total de conocimiento de estos atractivos turísticos por la no divulgación y promoción de estos.

¿Le gustaría visitar los atractivos turísticos que nos ofrece el municipio de Achacachi?

GRAFICO N° 17



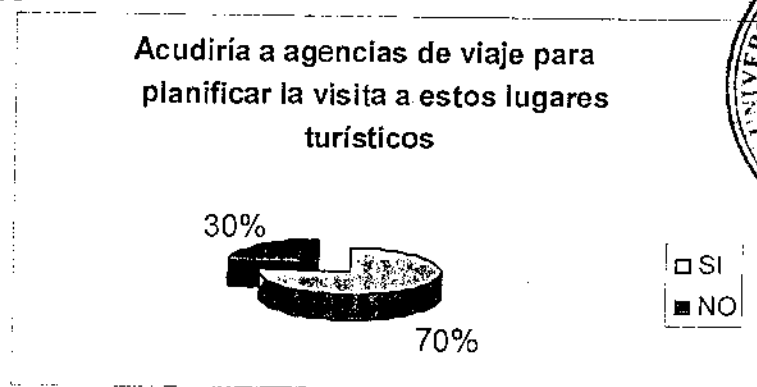
Fuente: Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

El 70% le gustaría conocer y visitar los atractivos del municipio de Achacachi, el restante 30% no le motiva conocer estos atractivos.

El resultado obtenido de esta respuesta, refleja la inquietud de los turistas extranjeros en su mayoría de conocer lugares con atractivos turísticos en nuestro país.

¿Acudiría a las agencias de viaje para planificar esta visita?

GRAFICO N° 18



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de las encuestas



El 70% de los turistas encuestados si acudiría a agencias de viaje para planificar su viaje y el restante 30% no lo haría.

Ante la interrogante a los turistas extranjeros acudirían a empresas especializadas para planificar su visita a las los atractivos turísticos que nos ofrece el municipio de Achacachi, la mayor parte de estos respondieron que si lo harían, lo que demuestra que también las agencias de viaje se beneficiarían con la contratación de sus servicios.

¿Señale los aspectos que considere necesarios que debería tener el lugar que visitaría?

CRAFICO N° 19

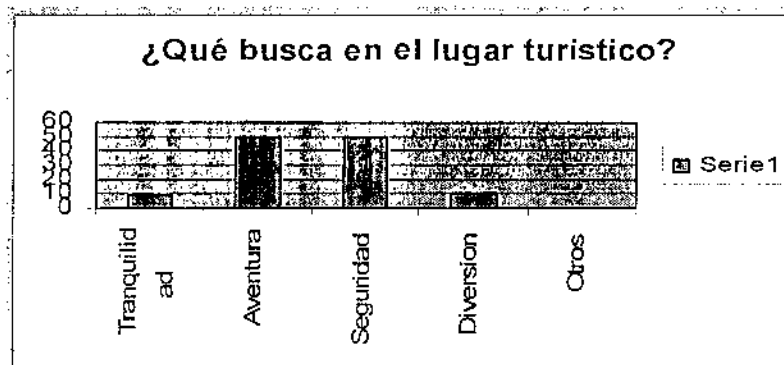


Fuente: Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

El 100% de los turistas encuestados requieren como aspectos imprescindibles para su visita los servicios básicos, hospedaje, restaurantes, buenos caminos y guías turísticos; y considera que otros no son indispensables para su estadía en los lugares que tienen atractivos turísticos.

¿Qué busca usted en un lugar turístico?

GRAFICO N° 20



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de las encuestas

El 100% de las respuestas de los turistas encuestados busca aventura y seguridad en la actividad que realizan.

Los resultados obtenidos reflejan que los turistas extranjeros buscan satisfacer sus necesidades con aventura y seguridad principalmente, lo que hace que nuestro país con los atractivos turísticos que posee sea atractivo.

## **10.- CONCLUSIONES DEL DIAGNOSTICO**

Del análisis realizado a: la actual planificación del municipio de Achacachi, los cantones y comité de vigilancia, las ventajas comparativas turísticas, la infraestructura turística, al desarrollo económico, los turistas y las agencias de viajes, se llega a las siguientes conclusiones:

### **10.1.- INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA.**

- El municipio de Achacachi cuenta con todos los servicios básicos. Existe el reconocimiento por parte de los sectores involucrados, en el presente trabajo de que los servicios básicos son esenciales en la actividad turística.
- La infraestructura caminera es asfaltada y en parte es de tierra, por sus condiciones tiene mantenimiento constante el sector asfaltado. El transporte llega cada dos horas al municipio y cuenta con bastante movilidad de servicio público con todos sus cantones.
- La infraestructura turística comprende en orillas del lago menor desde hoteles de cinco estrellas hasta alojamiento, restaurantes, atracaderos, embarcaciones tipo cruceros, flotillas de embarcaciones pequeñas, playas, las comunidades que se encuentran en estas orillas son Huarina, Huatajata, Chua y otros, en cambio en orillas del lago mayor cuenta con un alojamiento con muy poca capacidad, una casa de reposo (Padres), restaurantes, el lago, chullpares, su flora, sus iglesias coloniales y otros, las comunidades que se encuentran en estas orillas son Santiago de Huata, Kalake, Ajllata.

### **10.2.- ANÁLISIS DE TURISTAS**

#### **10.2.1.- ANÁLISIS DE TURISTAS NACIONALES**

- Referente a los turistas nacionales, se percibe en un 90% de éstos deseos de conocer nuestro país, aunque sólo un 20% realiza expediciones turísticas vacacionales, por lo general casi un 56% destina a sus vacaciones de 1 a 10 días

por lo general en los meses de diciembre a febrero y de junio a julio que son los meses que coinciden con las vacaciones que se dan en nuestro país.

- Aún con un desconocimiento casi total de éstos atractivos, al 70% sí le gustaría conocer estos atractivos turísticos, también se puede notar que el 80% no acudiría a las agencias de viaje para planificar su viaje. También cabe señalar que los aspectos esenciales que debe tener el lugar para visitarlo son con 100% los servicios básicos, hospedaje, restaurante, buenos cariños y guías turísticos.

#### **10.2.2.- ANÁLISIS DE TURISTAS EXTRANJEROS**

- Referente a los turistas extranjeros se puede ver que el 70% vienen del resto de nuestro continente, el 85% visita por primera vez nuestro país con propósitos de turismo en un 60%, la mayoría de estos vienen de otros países vecinos muy pocos Hagan directamente a nuestro país sólo un 20%. Se puede observar que un 50% destina entre 3 a 4 semanas para sus vacaciones.

- Se observa que al 60% le atrae de Bolivia los atractivos turísticos, los más conocidos son Tihuanaco y el Lago Titicaca y en menor proporción los Yungas y Copacabana, la mayoría no conoce los atractivos turísticos del municipio.

- A un 70% le gustaría conocer y visitar estos atractivos turísticos recurriendo también a una agenda de viaje para planificar su viaje. Entre los aspectos esenciales que tiene que tener el lugar a visitar indica en un 100% que los servicios básicos, el hospedaje, restaurante, guías turísticos y buenos caminos. El 100% de los turistas extranjeros buscan aventura y seguridad en sus expediciones turísticas.

#### **10.3.- AGENCIAS DE VIAJE**

Según las entrevistas que se realizaron a las agencias de viaje de tour receptivo son paquetes turísticos que se venden más a la zona del lago y sitios arqueológicos que son paseo a Copacabana e isla del sol visita a la localidad de Huatajata tour a Tihuanaco.

Estos paquetes tour son ofrecidos tanto en servicio regular como particular los precios varían de acuerdo al tipo de servicio que el turista elija e incluye:

- Servicio de guía
- Alimentación
- Entradas a sitios arqueológicos

- Hospedaje si fuera necesario.

Generalmente ese paseo es de acuerdo al requerimiento del turista. Se puede evidenciar que muchas de los visitantes extranjeros deben elegir entre visitar el lago un día y el otro el sitio arqueológico de Tihuanacu no así los dos lugares en el mismo paquete turístico así mismo se pudo evidenciar que existe una saturación de los tradicionales lugares turísticos en días festivos y feriados como ser Copacabana, Coroico, Chulumani, Hurmiri, etc. Esta es una de las oportunidades que Achacachi debe aprovechar para ofrecer al turista nacional especialmente a la población que radica en la ciudad de La Paz como un nuevo destino turístico con una oferta de servicios completos que logre satisfacer las expectativas y necesidades del turista.

**CUADRO N° 11**

**ANÁLISIS FODA**

<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Achacachi cuenta con recursos de gran potencial turístico. (importantes monumentos históricos, arqueológicos, naturales, culturales, ferias y fiestas patronales).</li> <li>2 Existencia de inversión privada referente a la hotelería y gastronomía en el municipio.</li> <li>3 Interés del gobierno municipal y población por impulsar la actividad turística cuidando el medio ambiente.</li> <li>4 La honorable alcaldía de Achacachi cuenta con espacios físicos ubicados en la plaza principal.</li> </ol>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Deterioro de los edificios históricos y sitios arqueológicos.</li> <li>2 La población desconoce los factores que influyen en el desarrollo de la actividad turística y la importancia económica que genera.</li> <li>3 No existe una unidad en la estructura organizacional del GM que planifique y promueve el turismo sostenible.</li> <li>4 Carencia de accesos adecuados a los sitios naturales.</li> <li>5 Carencia convenios entre gobiernos municipales colindantes para impulsar proyectos turísticos en la región.</li> <li>6 No existe recursos económicos destinados a la actividad turística en los municipios (PDA).</li> <li>7 Falta de promoción de atractivos turísticos</li> </ol>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Tendencias del turismo actual por conocer y/o visitar lugares con: naturaleza, cultura, sitios arqueológicos, lugares sin contaminación ambiental.(ecoturismo)</li> <li>2 Interés del turista nacional por aprovechar los feriados, fines de semana y vacaciones para conocer nuevos lugares de esparcimiento.</li> <li>3 Lugares tradicionales de esparcimiento y recreación saturados en fechas específicas.</li> <li>4 Bolivia cuenta con leyes que promueven el desarrollo de la actividad turística, protegen el medio ambiente.</li> <li>5 Los municipios reciben mayores recursos económicos gracias a la ley del IDH.</li> <li>6 Apoyo del gobierno central al desarrollo de proyectos de turismo.</li> <li>7 Cercanía a centros turísticos de municipios vecinos que cuentan con afluencia de visitantes.</li> <li>8 Existencia de ONGs e instituciones privadas que apoyan con asistencia técnica como financiera a los municipios rurales.</li> </ol>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Inestabilidad social, económica y política del país.</li> <li>2 Poca información turística de los atractivos turísticos de Achacachi</li> <li>3 Carencia de proyectos sobre el tratamiento de aguas par evitar la contaminación del lago Titicaca.</li> <li>4 Lugares turísticos mejor organizados.</li> <li>5 Mayor promoción y apoyo a destinos turísticos de otras regiones</li> <li>6 Existen destinos turísticos donde promueven la inversión privada.</li> <li>7 Existen intereses individuales de los municipios.</li> <li>8 No existen programas adecuadas sobre sensibilización de la actividad turística a la población de los municipios rurales.</li> </ol>

# CAPITULO VI



## DESARROLLO DE I



2004.01.10

CUEVAS - AGHACHA



## **CAPITULO VI**

### **DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

#### **1.- INTRODUCCIÓN**

Luego de analizar el plan que lleva acabo el municipio de Achacachi se concluye que es necesario contar con un plan estratégico para el desarrollo sostenible en la jurisdicción del municipio.

Esto se obtendrá desarrollando la actividad turística a través del aprovechamiento de las ventajas comparativas turísticas que cuenta esta región. Como el ecoturismo y el turismo de aventura.

La actividad turística a su vez se vera reflejado en la mejora del nivel de vida de sus habitantes, en la diversificación de las alternativas económicas en el aprovechamiento de las ofertas interinstitucionales y otros aspectos que conlleva el efecto multiplicador que ocasiona la actividad turística.

Para el desarrollo de la propuesta se empleo y se propuso la implementación de aspectos teóricos que al plasmarlos en la practica pretenden tener los beneficios esperados en el municipio de Achacachi

#### **2.- NORMATIVA LEGAL PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO**

##### **2.1.- MANDATO LEGAL**

La elaboración del plan estratégico turístico se enmarca en las siguientes normativas legales:

Ley de municipalidades 2028 en su art.5 N° II

Promover y dinamizar el desarrollo humano sostenible, equitativo y participativo del municipio, a través de la formulación y ejecución de políticas, planes, programas y proyectos concordantes con la planificación del desarrollo departamental y nacional;

Ley de promoción y desarrollo de la actividad turística (2074)

La presente ley en el artículo 8° determina las siguientes competencias:

Los gobiernos municipales tienen la facultad de promover y promocionar los recursos turísticos en su jurisdicción territorial, ejecutando las acciones y programas acordes con los objetivos y estrategias que formule el ministerio de comercio exterior e Inversión, a través del viceministerio de turismo

## **2.2.- MANDATO SOCIAL**

La ejecución del presente plan estará constituida por los diferentes actores sociales:

- Comité de vigilancia
- Secretarios generales de las comunidades
- Supra comunales (sub. centrales y cantorales.)
- Juntas escolares
- Organizaciones de mujeres

Los actores sociales que ejercen diferentes roles y funciones en la jurisdicción del municipio los mismos se organizan en áreas respectivas "comité de evaluación municipal".

Funciones del comité de evaluación:

- Conformar inicialmente las comisiones operativas de desarrollo económico, medio ambiente y desarrollo humano.
- Coordinar las acciones de desarrollo con las autoridades sectoriales organizaciones de cooperación.
- Realizar el seguimiento de políticas de ejecución y evaluación de PDM y POA.
- Informar a las comunidades que requieran sobre el avance y ejecución del plan

## **3.- PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**

### **3.1.- VISIÓN**

Como se observo en el municipio de Achacachi no se tiene una visión hacia la actividad turística, desaprovechando de esta manera una alternativa de desarrollo sostenible en la región

Por este motivo se propone la siguiente visión con la colaboración concertada de los diferentes representantes cantonales:

"Lograr que el municipio de Achacachi junto con todos sus atractivos turísticos que posee estén incluidos dentro de la oferta turística nacional y ser uno de los destinos turísticos mas concurridos del departamento de La Paz"

### **3.2.- MISIÓN**

"Mejorar el nivel de vida de los habitantes del municipio basado en el crecimiento económico, equidad social, uso racional de los recursos naturales y una sólida gobernabilidad a través del desarrollo de la actividad turística"

### 3.3.- DETERMINACIÓN DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Para la determinación de los objetivos estratégicos se utilizó las metodologías del árbol de problemas cuyos resultados se muestran en el siguiente cuadro.

#### OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECÍFICO
"Lograr que la actividad turística promueva el desarrollo sostenible en el municipio de Achacachi buscando la mejora de las condiciones de vida de los pobladores"	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Crear una unidad de turismo que planifique y promueva el turismo sostenible en el municipio de Achacachi.</li><li>2. Promover la inversión pública para mejorar y adecuar los recursos turísticos, servicios básicos e infraestructura caminera, del municipio.</li><li>3. Promover la inversión privada, para mejorar y complementar los servicios turísticos.</li><li>4. Promover el trabajo conjunto entre municipios colindantes, para fortalecer el turismo en la región.</li><li>5. Sensibilizar a la población sobre la importancia de la actividad turística.</li></ol>

#### 4.- PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Para la formulación de las estrategias se aplicó el análisis FODA del municipio de Achacachi para cada objetivo estratégico; esto permitió determinar las estrategias que se presenta a continuación:

##### 4.1.- OBJETIVO N° 1

Crear una unidad de turismo que planifique y promueva el turismo sostenible en el municipio de Achacachi.

##### 4.1.1.- ESTRATEGIA

- Incorporar en el POA el presupuesto destinado al funcionamiento de la unidad de turismo, especificando las funciones, sueldos de persona, gastos operativos, muebles y enseres y equipo de computación.

- Dotar de un espacio físico de la honorable alcaldía de Achacachi para el funcionamiento específico de la unidad de turismo.
- La unidad de turismo debe estar a cargo de profesionales especializados en el área.

#### **4.2.- OBJETIVO N° 2**

Promover la inversión pública, para mejorar y adecuar los recursos turísticos, servicios e infraestructura caminera del municipio.

##### **4.2.1.- ESTRATEGIA**

- De los recursos económicos que percibe el municipio destinar un porcentaje a la actividad turística, incorporando en el presupuesto del plan operativo anual del municipio.
- Coordinar un trabajo conjunto entre el gobierno municipal de Achacachi e instituciones que apoyan a los municipios, con el fin de lograr financiamientos para proyectos que fortalezcan el desarrollo sostenible en el municipio.
- Realizar estudios previos para la restauración de los monumentos históricos, sitios arqueológicos y diseñar accesos a las áreas naturales.
- Priorizar los proyectos de agua potable, alcantarillado en los centros poblados de Achacachi, Santiago de Huata y Warisata.

#### **4.3.- OBJETIVO N° 3**

Promover la inversión privada para mejorar y complementar los servicios turísticos.

##### **4.3.1.- ESTRATEGIA**

- Crear políticas que incentiven la inversión privada en el municipio de Achacachi con el objetivo de satisfacer las necesidades del turista nacional y extranjero en:
  - Transporte,
  - Hospedaje,
  - Gastronomía,
  - Áreas de esparcimiento.
- Otorgar incentivos tributarios y administrativos de dominio municipal, los mismos que deberán ser establecidos mediante ordenanzas municipales.

#### **4.4.- OBJETIVO N° 4**

Promover el trabajo coordinado entre municipios colindantes para fortalecer el turismo en la región.

##### **4.4.1.- ESTRATEGIA**

- Desarrollar capacidades de negociación política y comercial, en los funcionarios del gobierno municipal de Achacachi.
- Establecer convenios interinstitucionales entre municipios colindantes.
- Aprovechar la demanda actual de municipios vecinos, para desarrollar el turismo en el municipio de Achacachi.

#### **4.5.-OBJETIVO N° 5**

Sensibilizar a la población sobre la importancia de la actividad turística.

##### **4.5.1.- ESTRATEGIA**

- Establecer mecanismos para un trabajo coordinado entre las ONG's entidades públicas y el gobierno municipal de Achacachi para desarrollar programas de capacitación y sensibilización a la población involucrada directa e indirectamente en la actividad turística.
- Introducir en los planes de estudio de la educación formal, temáticas de concientización y capacitación relacionadas a la actividades turísticas.

**MATRIZ DE OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO  
TURÍSTICO PARA EL MUNICIPIO DE ACHACACHI**

<p><b>OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>“Lograr que la actividad turística promueva el desarrollo sostenible en el municipio de Achacachi buscando la mejora de las condiciones de vida de los pobladores”</p>	<p><b>ESTRATEGIAS</b></p>	<p><b>LÍNEAS DE ACCIÓN</b></p>
<p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <p>1. CREAR UNA UNIDAD DE TURISMO QUE PLANIFIQUE Y PROMOCIÓN EN EL TURISMO SOSTENIBLE EN EL MUNICIPIO.</p> <p><b>INDICADOR</b></p> <p>Una oficina debidamente equipada y dotada de personal competente en la alcaldía de Achacachi al 31 de diciembre de 2008.</p>	<p>1.1. Incorporar en el POA, el presupuesto destinado al funcionamiento de la unidad de turismo especificando las funciones, sueldos del personal, gastos operativos, muebles y enseres y equipo de computación</p>	<p>1.1.1 A través de la unidad de turismo impulsar proyectos turísticos, planificar programas y actividades que contribuyan al desarrollo de esta actividad.</p> <p>1.1.1.1. Preservar los espacios naturales. Mediante la aplicación de la ley 1333 de medio ambiente.</p> <p>1.1.1.2. Solicitar apoyo de la prefectura para el desarrollo de proyectos orientados a evitar la contaminación del lago Titicaca.</p> <p>1.1.1.3. Realizar un trabajo coordinado con empresas de turismo receptivo para elaborar nuevos productos y diversos circuitos turísticos en el municipio, como senderos para cabalgatas y bicicletas.</p>

	<p>1.2. Dotar de un espacio físico a la alcaldía de Achacachi para el funcionamiento específico de la unidad de turismo.</p> <p>1.3. La unidad de turismo debe estar a cargo de profesionales especializado en el área.</p>	<p>1.1.1.4. Promover competencias automovilísticas y motocross aprovechando el camino que recorre toda la península atravesando hermosos paisajes.</p> <p>1.1.1.5. Incentivar el expendio de los platos de la región.</p> <p>1.1.1.6. Poner señalización a las áreas turísticas.</p> <p>1.1.2. Establecer mecanismos de promoción del municipio de Achacachi hacia mercados emisores nacionales e internacionales.</p> <p>1.1.2.1. Programar viajes de familiarización, elaborar una página Web, con material impreso y audiovisual informando sobre los atractivos turísticos, participar en ferias de turismo, establecer contactos y convenios con agencias de viajes claves.</p> <p>1.1.2.2. Promocionar los acontecimientos programados como las fiestas patronales y ferias.</p> <p>1.1.2.3. Disponer un punto de información Turística en la plaza principal de Achacachi.</p> <p>1.1.3. Coordinar un trabajo conjunto con la unidad de turismo de la prefectura y el viceministerio de turismo.</p> <p>1.1.4 Incentivar la actividad artesanal</p>
--	---	--

<p><b>2.- PROMOVER LA INVERSIÓN PÚBLICA PARA MEJORAR Y ADECUAR LOS RECURSOS TURÍSTICOS, SERVICIOS BÁSICOS E INFRAESTRUCTURA CAMINERA DEL MUNICIPIO</b></p> <p><b>INDICADOR</b></p> <p>Nº de proyectos y monto de inversión en infraestructura social y productiva al 31 de diciembre de 2008.</p>	<p>2.1. De los recursos económicos que percibe el municipio (coparticipación, HIPC, recursos propios y de los ingresos que percibirá del IDH), destinar un porcentaje a la actividad turística, incorporando en el presupuesto del plan operativo anual de municipio.</p> <p>2.2. Coordinar un trabajo conjunto entre el gobierno municipal de Achacachi e instituciones que apoyan a los municipios con el fin de lograr financiamientos para proyectos que fortalezcan el desarrollo sostenible del municipio.</p> <p>2.3. Realizar estudios previos para la restauración de los monumentos históricos, sitios arqueológicos, diseñar accesos a las áreas naturales.</p> <p>2.4. Priorizar los proyectos de agua potable, alcantarillado en los centros poblados de Achacachi, Santiago de Huata, Warisata.</p>	<p>2.1.1 Incluir en el POA programas actividades y proyectos turísticos</p> <p>2.1.2. Elaborar proyectos turísticos sostenibles.</p> <p>2.2.1. Presentar propuestas a instituciones referidas a proyectos para concertar ayuda técnica y financiera.</p> <p>2.3.1. Contratar profesionales con experiencia para evaluar el estado de los monumentos históricos y sitios arqueológicos con el fin de determinar las actividades de restauración y el presupuesto estimado.</p> <p>2.3.2. A través de profesionales en arquitectura diseñar acceso natural del municipio y adecuarlos añadiendo valor agregado al atractivo como ser implementación de baños, asientos.</p>
---	---	---



<p>3.- PROMOVER LA INVERSIÓN PRIVADA PARA MEJORAR Y COMPLEMENTAR LOS SERVICIOS TURÍSTICOS.</p>	<p>3.1. Crear políticas que incentiven la inversión privada en el municipio de Achacachi con el objetivo de satisfacer las tendencias del turista nacional y extranjero en:</p>	<p>3.1.1. Otorgar incentivos tributarios y administrativos de dominio municipal, tales como la exención del pago de patentes los mismos que deberán ser establecidos mediante ordenanzas municipales.</p>
<p><b>INDICADOR</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Transporte,</li> <li>❖ Hospedaje,</li> <li>❖ Gastronomía,</li> <li>❖ Áreas de esparcimiento.</li> </ul>	<p>3.1.2. Gestionar a través del gobierno municipal la sugerencia al gobierno central la exención temporal tributaria que compete a este organismo.</p>
<p>Nº de empresas de servicio turístico registradas en el municipio y aledaños funcionando al 30 de junio del 2009</p>	<p>3.2. Otorgar incentivos tributarios y administrativos de dominio municipal, tales como la exención del pago de patentes, los mismos que deberán ser establecidos mediante ordenanza municipal.</p>	<p>3.1.3. Convenios del gobierno municipal con entidades financieras para crear facilidades de financiamiento a todas aquellas empresas y/o personas que desean invertir en el Municipio.</p>
		<p>3.1.4. Desarrollar programas de concesiones en relación a los monumentos, sitios arqueológicos y áreas naturales protegidas entre otros.</p>
		<p>3.2.1. Promover la construcción de un albergue ecológico a la ribera de la playa de Huatajata , complementado con los servicios de alimentación y deportes acuáticos.</p>
		<p>3.2.2. Promover competencias automovilísticas y motocross aprovechando al camino que recorre toda la península atravesando hermosos paisajes.</p>

<p>4. PROMOVER EL TRABAJO COORDINADO ENTRE MUNICIPIOS COLINDANTES PARA FORTALECER EL TURISMO EN LA REGIÓN</p> <p><b>INDICADOR</b></p> <p>Nº de convenios de coordinación intermunicipal relacionados con proyectos y actividades concretas que tienden a fortalecer la actividad turístico en la zona al 30 de junio del 2009</p>	<p>4.1. Desarrollar capacidades de negociación política y comercial alta y constante a través de seminarios y talleres</p> <p>4.2. Establecer convenios interinstitucionales entre municipios colindantes.</p>	<p>3.2.3. Crear senderos para cabalgatas</p> <p>3.2.4. Elaborar circuitos turísticos de coordinación con las operadoras de turismo receptivo.</p> <p>3.2.5. Incentivar el expendió de los platos típicos de la región.</p> <p>4.2.1. Promover la integración de los gobiernos municipales mediante diversas actividades como ser: campeonatos deportivos, etc.</p>
---	--	--

	<p>4.3. Aprovechar la demanda actual de municipios vecinos para desarrollar el turismo en el municipio de Achacachi.</p>	<p>4.3.1. Generar circuitos conjuntos con otros destinos turisticos que tienen alta demanda</p>
<p>5.- SENSIBILIZACIÓN DE LA POBLACIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA</p> <p><b>INDICADOR</b> Nº de eventos con Nº de participantes en temas de información, sensibilización y capacitación sobre turismo y cultura, el 30 de junio de 2009</p>	<p>5.1. Establecer mecanismos para un trabajo coordinado entre las ONG's, entidades públicas y el gobierno municipal de Achacachi, para desarrollar programas de capacitación y sensibilización a la población involucrada directa e indirectamente en la actividad turística</p>	<p>5.1.1 Identificar mediante un diagnostico las necesidades especificas de capacitación de la población en el ámbito turístico</p> <p>5.1.2. Capacitar a recursos humanos del municipio para tomar guías de turismo locales.</p> <p>5.2.1. Elaborar planes de contenidos para cursos seminarios, talleres y afines relacionados al turismo.</p>



## **5.- PRESUPUESTO**

El presupuesto necesario para el desarrollo del plan estratégico provendrá de las fuentes:

### **5.1.- FINANCIAMIENTO INTERNO**

Estará constituido por recursos provenientes de la participación popular, coparticipación tributaria, el HIPIC, calculada por el número de habitantes que habitan la jurisdicción del municipio de Achacachi, el IDH el dialogo nacional y sus recursos propios.

### **5.2.- FINANCIAMIENTO EXTERNO**

Este deberá estar constituido por los recursos que se captaran de órganos internacionales que ayudan al desarrollo de comunidades menos favorables que se encuentran en el caso del municipio de Achacachi.

### **5.3.- ESTRUCTURA PRESUPUESTARIA**

En el cuadro siguiente se propone la estructura presupuestaria para el municipio este esta diseñado en base a la estructura programática del plan de desarrollo municipal 2006 -2010

(Anexo 4).

El presupuesto planteado para el municipio de Achacachi, se estructuro de acuerdo a los cuatro pilares del desarrollo sostenible, donde se proponen porcentajes determinados en base al presupuesto ya establecido en el plan de desarrollo municipal del municipio.

## FORMULACION DEL PRESUPUESTO POR AÑOS

(EN BOLIVIANOS)

(Elaboración propia)

**CUADRO Nº 12**

C O D I G O	DESCRIPCION	TOTAL DE GASTOS DE INVERSI ON EN %	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
1	Crear una unidad de turismo que planifique y promocione el turismo sostenible en el municipio de Achacachi.	35	65813	76711	89416	104225	261487
	1.1. Incorporar en el POA, el presupuesto destinado al funcionamiento de la unidad de turismo especificando las funciones, sueldos del personal, gastos operativos, muebles y enseres y equipo de computación 1.2. Dotar de un espacio físico en la honorable alcaldía municipal de Achacachi para el funcionamiento específico de la unidad de turismo. 1.3. La unidad de turismo debe estar a cargo de profesionales especializado en el área.						
2	Promover la inversión pública para mejorar y adecuar los recursos turísticos, servicios básicos e infraestructura caminera del municipio.	40	75214	87669	102189	119114	298842
	2.1. De los recursos económicos que percibe el municipio (coparticipación, HIPC, recursos propios y de los ingresos que percibirá del IDH), destinar un porcentaje a la actividad turística, incorporando en el presupuesto del plan operativo anual de municipio. 2.2. Coordinar un trabajo conjunto entre el gobierno municipal de Achacachi e instituciones que apoyan a los municipios con el fin de lograr financiamientos para proyectos que fortalezcan el desarrollo sostenible del municipio. 2.3. Realizar estudios previos para la restauración de los monumentos históricos, sitios arqueológicos, diseñar accesos a las áreas naturales. 2.4. Priorizar los proyectos de agua potable, alcantarillado en los centros poblados de Achacachi, Santiago de Huata, Warisata .						

3	<p>Promover la inversión privada, para mejorar y complementar los servicios turísticos</p> <p>3.1. Crear políticas que incentiven la inversión privada en el municipio de Achacachi con el objetivo de satisfacer las tendencias del turista nacional y extranjero en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transporte,</li> <li>• Hospedaje,</li> <li>• Gastronomía,</li> <li>• Áreas de esparcimiento.</li> </ul> <p>3.2. Otorgar incentivos tributarios y administrativos de dominio municipal, tales como la exención del pago de patentes, los mismos que deberán ser establecidos mediante ordenanza municipal.</p>						
4	<p>Promover el trabajo conjunto entre municipios colindantes, para fortalecer el turismo en la región.</p>	15	28205	32876	38321	44668	112111
	<p>4.1. Desarrollar capacidades de negociación política y comercial alta y constante a través de seminarios y talleres</p> <p>4.2. establecer convenios interinstitucionales entre municipios colindantes.</p> <p>4.3. Aprovechar la demanda actual de municipios vecinos para desarrollar el turismo en el municipio de Achacachi</p>						
5	<p>Sensibilizar a la población sobre la importancia de la actividad turística.</p>	10	18804	21917	25547	29776	74711
	<p>5.1. Establecer mecanismos para un trabajo coordinado entre las ONG's, Entidades públicas y el gobierno municipal de Achacachi, para desarrollar programas de capacitación y sensibilización a la población involucrada directa e indirectamente en la actividad turística</p>						
	<p>TOTAL</p>	100	188036	219174	255474	297785	747105

## **6.- AMPLITUD DEL PLAN ESTRATÉGICO**

La planificación estratégica desarrollada, tiene la siguiente amplitud en el tiempo:

### **6.1.- CORTO PLAZO**

- Replantear la estructura el municipio y lograr una administración eficiente.
- Implementar la dirección de turismo
- Obtener el apoyo de organizaciones nacionales que apoyan el desarrollo de actividades turísticas.
- Captación de recursos económicos para el desarrollo turístico en el municipio.
- Adecuarse a los requerimientos esenciales para ingresar a la oferta turística nacional.
- Desarrollar la actividad complementaria a la actividad turística.
- Desarrollo de la infraestructura y equipamiento necesario para la actividad turística en el municipio de Achacachi.
- Motivar la inversión privada
- incentivar el desarrollo de actividades folklóricas propias del lugar
- Consolidar al municipio que oferte ecoturismo y turismo de aventura
- Cuidado de los atractivos turísticos y del medio ambiente.
- Desarrollar la equidad social.
- Incentivar la producción agrícola.
- Fomentar el turismo local
- Capacitación del personal del municipio.
- Identificar empresas de viaje que estén dispuestas a incrementas su oferta turística hacia el municipio de Achacachi
- Publicidad y promoción para dar a conocer los atractivos turísticos que posee el municipio
- Capacitación y sensibilización

### **6.2.- MEDIANO PLAZO**

- Mercadotecnia para dar a conocer los atractivos turísticos que posee el municipio de Achacachi.
- Desarrollar alianzas estratégicas.
- Determinación de circuitos turísticos en el municipio de Achacachi alternativos

- Incentivar la producción artesanal.

### **6.3.- LARGO PLAZO**

Es la implementación total del plan estratégico en el municipio de Achacachi, esperando que los resultados de esta sean el desarrollo económico, la equidad social, la preservación de los recursos naturales y una sólida gobernabilidad. Todo esto es en busca de mejorar el nivel de vida de los habitantes de la región.



## CONCLUSIONES

Finalizando el presente estudio del “plan estratégico turístico, concertado con autoridades del municipio para impulsar el turismo como factor del desarrollo económico y sostenible en el municipio de Achacachi”, se llegó a las siguientes conclusiones:

Achacachi es un municipio que tiene las posibilidades de convertirse en un nuevo destino turístico en Bolivia debido a que cuenta con atractivos que responden a las nuevas demandas del turismo de extranjeros y nacionales.

Achacachi tiene potencialidades para las siguientes alternativas turísticas:

- Ecoturismo
- Turismo de aventura
- Turismo deportivo
- Turismo de reposo
- Turismo arqueológico

Se identifican todas aquellas necesidades y mejoras que debe realizar el gobierno municipal de Achacachi para mejorar las actuales componentes de su oferta turística. El objeto de esta identificación fue impulsar el desarrollo de la actividad turística de la región mejorando y adecuando sus actuales servicios turísticos que comprenden: alojamiento, gastronomía, servicios de información turística, infraestructura caminera, servicios básicos y áreas de expansión. A esto debe sumarse la mejora y adecuación de sus atractivos turísticos.

El análisis de la demanda permitió identificar las características y tendencias actuales del turismo extranjero, las cuales están vinculadas: al ecoturismo, conocer nuevas culturas, admirar los sitios arqueológicos y visitar lugares no contaminados.

A través de talleres realizados con los comunarios de la región se levanto un inventario de los atractivos turísticos del municipio. Vale remarcar que esta información puede convertirse en un instrumento útil para la elaboración de otros proyectos turísticos, que pueden comprender la elaboración de otros proyectos turísticos, que pueden comprender la elaboración de circuitos o paquetes turísticos.

A través del análisis FODA se pudo identificar la fortaleza y oportunidades que tiene el municipio de Achacachi, las mismas que pueden aportar al desarrollo de su actividad turística. También se identificó las debilidades y amenazas del municipio, que si no son controladas podrían influir negativamente en el desarrollo de su turismo.

El diagnóstico realizado a la actividad turística en Bolivia permitió comprobar que el flujo turístico receptivo al país ha crecido significativamente en los últimos años. Este crecimiento ha beneficiado al departamento de La Paz, que se encuentra como la región de Bolivia más atractiva para los turistas extranjeros. Esa preferencia se debe a que sus atractivos turísticos (lago Titicaca, Tihuanacu, Nevados, Yungas, etc.) están posicionados en los mercados internacionales emisores de turistas.

El estado boliviano cuenta con leyes y decretos que promueven el desarrollo de la actividad turística en el país, dando competencias específicas a los municipios para la planificación de proyectos de implementación y promoción de los recursos turísticos con los que cuenta la región.

La propuesta de este trabajo está basada en la visión, misión del municipio de Achacachi las cuales fueron elaboradas e identificadas en base a los talleres realizados con los comunarios de la región

### **RECOMENDACIONES**

El gobierno municipal de Achacachi debe priorizar su atención a la mejora de los servicios básicos y la infraestructura caminera de la región, puesto que estos son factores fundamentales para el desarrollo de la actividad turística de este municipio.

Es recomendable poner énfasis en la capacitación de los recursos humanos que intervienen directamente en la atención al visitante, puesto que el turismo es una actividad netamente de servicio. Muchos proyectos priorizan la calidad solamente en la oferta turística dejando de lado al servicio.

Se debe dar continuidad a la estrategia planeada en el presente trabajo, independientemente de la situación política del gobierno municipal Achacachi

---

Para la implementación adecuada de la propuesta se tiene las siguientes recomendaciones:

- Participación activa de todos los actores que intervienen en la planificación del gobierno municipal.
- Concientización de los beneficios del desarrollo de la actividad turística por parte de las autoridades municipales y la sociedad civil.
- Tomar en cuenta las ofertas interinstitucionales que abren un campo más amplio de acción para desarrollar la actividad turística en el municipio.
- El conocimiento pleno de todas las leyes y reglamentos que intervengan en el desarrollo de la actividad turística en el municipio de Achacachi
- El conocimiento pleno de todas las leyes y reglamentos que intervengan en el desarrollo de la actividad turística en el municipio de Achacachi.
- El desarrollo de planes conjuntos con los municipios limítrofes para un mayor aprovechamiento de los atractivos que posee cada región.

## BIBLIOGRAFIA

- ▣ Peter Drucker, "PLANEACIÓN ESTRATÉGICA LO QUE TODO DIRECTOR DEBE SABER", Ed. Continental, México 1.998
- ▣ George A Steiner, "PLANEACIÓN ESTRATÉGICA LO QUE TODO DIRECTOR DEBE SABER", Ed. Continental, México 1.998
- ▣ Willian J Stanton Michael J. Etzel Brucej. Walker "FUNDAMENTOS DE MARKETING" 9na edición Me Graw México 1992
- ▣ Idalberto Chiavenato "INTRODUCCION A LA TEORIA GENERAL DE LA ADMINISTRACION" Ed Me Graw México 1990
- ▣ Jea paul Sallenave, "LA GERENCIA INTEGRAL" Ed Norma S.A. Colombia 1994
- ▣ Arthur Thompson y A. J."PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA" 9na edición Me Graw México 1992
- ▣ José Antonio Carraza "ADMINISTRACIÓN: UN ENFOQUE INTEGRAL" Ed. LIMUSA S.A. México 1986
- ▣ Luís Fernando Fuster, "INTRODUCCIÓN A LA TEORIA Y TECNICA DEL TURISMO" Ed. Alianza Madrid España segunda edición 1998
- ▣ Carrillo Landeros Ramiro METODOLOGIA Y ADMINISTRACIÓN
- ▣ Harold Koonz, Heinz Wehrich. "ADMINISTRACIÓN" Ed. Me Graw Hill Interamericana México, 9na Edición 1990
- ▣ Rodríguez Valencia Joaquín "ADMINISTRACIÓN CON ENFOQUE ESTRATEGICO" Ed. trillas 2000
- ▣ Rodríguez Miguel TEORIA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN CIENTIFICA



- ▣ Philip Kotler, "INTRODUCCIÓN A LA MERCADOTECNIA" Ed. Mc. Graw Hill, Mexico, 1990
  
- ▣ Fundación MILENIO, "LAS REFORMAS ESTRUCTURALES EN BOLIVIA" TOMO II, Ed. Offset Boliviana, La Paz Bolivia, Primera Edición, Noviembre 2.000
  
- ▣ Ministerio de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente, "PLAN GENERAL DE DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA REPUBLICA (LA ESTRATEGIA DEL CAMBIO PARA TODOS), Versión preliminar, agosto 6 de 1.994
  
- ▣ Organización Mundial del Turismo, INTRODUCCIÓN AL TURISMO, Ed. Egraf, Madrid España, 1era, Edición, Junio de 2.002
  
- ▣ Kaiser Robert "TURISMO, PLANEACION, ADMINISTRACIÓN Y DESARROLLO" Ed. Diana, México 1.984
  
- ▣ Arturo Crosby y Adela Moreda, "ELEMENTOS BÁSICOS PARA UN TURISMO SOSTENIBLE EN LAS ARFAS NATURALES". Ed. CEFAT, Madrid, Abril 1.995
  
- ▣ Novo Valencia Gerardo, "DICCIONARIO GENERAL DEL TURISMO", Ed, Diana, México, 1.977
  
- ▣ Hernández Díaz Edgar Alfonso, "PLANIFICACIÓN TURÍSTICA", Ed. Trillas, México DF. 1.983
  
- ▣ UNESCO Nro. 55, Febrero de 1994 citado por Mendoza Montaña Viviana, "PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE LA PAZ", Tesis, 1.996
  
- ▣ "CARTA DEL TURISMO SOSTENIBLE" Ed. Conferencia mundial del turismo, Santa Cruz Tenerife, Junio 1995,
  
- ▣ ILDIS "la participación popular foro económico" Ed. ILDIS Bolivia 1994

- ▣ Gaceta oficial de Bolivia ley 1551 ley de participación popular Ed. ILDIS Bolivia 1994
  
- ▣ Ley de municipalidades N° 2028
  
- ▣ Ley de administración y control gubernamentales (SAFCO) ley n° 1178 de 20 de julio de 1990
  
- ▣ Ley de promoción y desarrollo de la actividad turística en Bolivia (2074)
  
- ▣ Plan de desarrollo municipal de Achacachi 2006- 2010
  
- ▣ Plan operativo anual de Achacachi 2006

# ANEXOS

**ENCUESTA  
(TURISTAS NACIONALES)**

LA PRESENTE ENCUESTA TIENE CARÁCTER CONFIDENCIAL, YA QUE SU PROPOSITO ES ESTRICAMENTE ACADÉMICO POR LO QUE SE LE SOLICITA CORDIALMENTE RESPONDER CON LA MAYOR VERASSDAD POSIBLE.

1. ¿Le interesa conocer nuestro país?

Sí  
No

¿Por qué ?

---

---

2. ¿Realiza usted expediciones turísticas vacacionales?

Sí  
No

¿Por qué?

---

---

3. ¿Cuánto tiempo destina a sus vacaciones?

De 1 a 5 días ( )  
De 6 a 10 días ( )  
De 11 a 15 días ( )  
De 16 a 20 días ( )  
De 21 a más días ( )

4. ¿ En que meses del año realiza sus vacaciones?

Enero	{ }	Julio
Febrero	{ }	Agosto
Marzo	{ }	Septiembre
Abril	{ }	Octubre
Mayo	{ }	Noviembre
Junio	{ }	Diciembre

5. ¿Conoce los atractivos turísticos del municipio de Achacachi?

Sí ( )      No- ( )

---

---

7. ¿Acudiría a las Agencias de Viajes para planificar esta visita?

Sí ( )  
No ( )

¿Por qué?



---

---

9. Señale los aspectos que considere necesarios debería tener el lugar que visitaría.

- Servicios Básicos ( )
- Hospedaje ( )
- Restaurante ( )
- Discotecas ( )
- Supermercados ( )
- Guías turísticos ( )
- Buenos caminos ( )
- Otros.....

# ENCUESTA

## (TURISTAS EXTRANJEROS)

LA PRESENTE ENCUESTA TIENE CARÁCTER CONFIDENCIAL, YA QUE SU PROPOSITO ES ESTRICAMENTE ACADÉMICO POR LO QUE SE LE SOLICITA CORDIALMENTE RESPONDER CON LA MAYOR VERASIDAD POSIBLE.

1. País de procedencia .....

2. ¿Cuál es el motivo por el cual vino a Bolivia?

Turismo ( )

Vacaciones ( )

Trabajo ( )

Otros ( )

3. ¿Qué otros países visitó antes de llegar a Bolivia ?

Argentina ( )

Brasil ( )

Chile ( )

Ecuador ( )

Perú ( )

Otros .....

4. ¿Cuánto tiempo destina a sus vacaciones ?

De 1 a 2 Semanas ( )

De 2 a 3 Semanas ( )

De 3 a 4 Semanas ( )

De 4 a 5 Semanas ( )

De 5 o más semanas ( )

5. ¿Qué le atrae de Bolivia ?

La cultura ( )

Los Atractivos Turísticos ( )

Las Artesanías ( )

La Gente ( )

Otros.....

6. ¿Qué lugares turísticos conoce en Bolivia ?

Los Yungas ( )

El Lagó Titicaca ( )

Copacabana ( )

Tiuanacu ( )

Achacachi ( )

7 ¿ Conoce los atractivos turísticos del municipio de Achacachi?

Sí ( )

No ( )

8. ¿Le gustaría visitar esta región?

Sí ( )

No ( )

9. ¿ Acudiría a las Agencias de Viajes para planificar esta visita ?

Sí ( )

No ( )

¿ Por qué?

---

10. Señale los aspectos que considere necesarios debería tener el lugar que visitaría.

Servicios Básicos ( )

Hospedaje ( )

Restaurante ( )

Discotecas ( )

Supermercados ( )

Guías turísticos ( )

Buenos caminos ( )

Otros.....

11 ¿Qué busca Ud. en un lugar turístico?

Tranquilidad ( )

Aventura ( )

Seguridad ( )

Diversión ( )

Otros.....

# ENTREVISTA

(ALCALDE DEL MUNICIPIO DE ACHACACHI)

LA PRESENTE ENCUESTA TIENE CARÁCTER CONFIDENCIAL, YA QUE SU PROPOSITO ES ESTRICTAMENTE ACADÉMICO POR LO QUE SE LE SOLICITA CORDIALMENTE RESPONDER CON LA MAYOR VERASIDAD POSIBLE.

1. **¿Cuál es su misión y principal objetivo en el Municipio de Achacachi?**

El principal objetivo en el Municipio de Achacachi es administrar todo la jurisdicción y gestionar todas las necesidades que se encuentran en la jurisdicción, entonces la meta es volvernos en Municipio productivo, apoyando al sector agropecuario.

2. **¿Cuál es la principal actividad económica del Municipio de Achacachi ?**

La principal actividad económica es la producción agropecuaria, agricultura. No hay empleos, . En la actualidad es rústica y también existen industrias lecheras y de lana se tiene esta producción y abastece para el consumo intemo y se manda a la ciudad de La Paz.

3. **¿Cuántos cantones conforman el del Municipio de Achacachi?**

Se tiene 15 cantones en todo el municipio de Achacachi, y dentro de los cantones existen muchas comunidades.

4. **¿Cuáles de estos cantones tienen atractivos turísticos ?**

Se tiene en la mayoría de los cantones ya que somos un municipio que esta en las orillas del Lago Titicaca y los cantones que no lo están tienen diferentes atractivos

5. **¿Qué proyectos se han realizado para la preservación de estos atractivos turísticos?**

Ninguno, pero hay proyectos que se están gestionando con la Prefectura, con la embajada de japon para preservar la contaminación del lago

6. **¿Se promocionan los Atractivos turísticos del municipio ? Sí ( ) No ( ) ¿Por qué?**

No como municipio. Pero hay un Comité que esta encargado del área turística en esos Cantones quienes apoyan.

**7. ¿ Con qué servicios básicos cuenta el municipio de Achacachi ?**

Tiene alcantarillado, mejoramiento del Alojamiento de la Sede Social, mejoramiento de la Plaza cordón de aceras, empedrado de la calle principal, se tiene agua potable, se tiene la luz eléctrica, se tiene teléfono .

**8. ¿ Cuánto es el Presupuesto para el sector turístico del municipio ?**

Se tiene 70500 habitantes de acuerdo al Censo, y por esto tenemos ingresos de coparticipación y otros ingresos más de los cuales damos un presupuesto para el área de turismo.

**9. ¿Se brinda informes de los gastos realizados por el Municipio a los comités de vigilancia ?Si, No ¿ Por qué?**

Actualmente el Comité de Vigilancia esta funcionando, coordinando y controlan todos los gastos realizados por el Municipio.

**10. ¿ La estructura actual del Municipio de Achacachi cree usted que es la ideal para brindar un servicio eficiente a la ciudadanía? Sí ( ) No ( ) ¿ Por qué?**

Se necesita más personal, pero no se identifica el área específica.

**11. Las tareas y procesos de planificación están claramente definidas ?Si, No, En algunos casos**

Si, ya que en todos los planes que se elaboran ya sean estos anuales o quinquenales, siempre participan las organizaciones en una reunión Comunitaria, donde asisten dos representantes por comunidad y es ahí donde el Alcalde sugiere y el ampliado es el que aprueba o rechaza, esto se ejecuta, entonces pasa a la aprobación por parte del Comité de Vigilancia, luego el Consejo Municipal aprueba y es de ahí que sale el POA.

**12. ¿Toma usted parte en la Planificación Municipal, en el POA ? Si, No,**

Si interviene, para defender las sugerencias de necesidades que veo hacen falta, previo un diagnóstico.

**13 ¿Que normas administrativas y operativas existen para llevar a cabo las actividades del Municipio? Manual de Funciones ( ), Disposiciones tatemas ( ), Improvisación ( )**

Se tiene Manual de Funciones, se cuenta con disposiciones internas, y no se basa mucho en la improvisación. Hace falta el reglamento de Administración de bienes y servicios el cual va a permitir cobrar impuestos y a generar recursos propios. Actualmente se tiene a la ley como un manual de funciones y cada empleado es denominado en el cargo a través de un memorándum y cada empleado sabe sus atribuciones, y estos pasan un informe mensual para ver la misión que ha cumplido.

**14 ¿Estas normas administrativas y operativas hacen eficiente la planificación y control del Municipio? Sí ( ) No ( ) ¿Porqué?**

Si, pero también se controla a través de los informes que los empleados pasan mensualmente sobre sus actividades.

**15. ¿ Se cumplen normalmente los planes trazados en el POA ? Sí ( ) No ( ) ¿ Porqué?**

No el 100%. Siempre hay alguna reformulación, ya que se altera el POA para aumentar o quitar.

**16 ¿Usted sabe a que se refiere el Desarrollo no tradicional? Sí ( ) No ( )**

No sabe

**17 ¿Que entiende por Desarrollo Turístico?**

Es un proceso a largo plazo, ya que no es una cosa que se pueda hacer de la noche a la mañana, ya que no se puede promocionar si no se tiene donde acoger al turismo, sino se tiene guía turísticos, ya que no se tiene vías caminera, no se tiene infraestructura donde acoger al turista.

**18 ¿Usted sabe si hay alguna empresa privada que se encargue de promocionar el turismo?**

Existen empresas privadas

**19 ¿Cuánto del Presupuesto esta destinado al desarrollo turístico del Municipio de Achacachi?**

Actualmente hay presupuestado 300.000 Bs. Destinados a la preinversión.

**20 ¿Cree usted que en la anterior gestión se generó algún tipo de Desarrollo Turístico para Achacachi? Sí ( ) No ( )**

No, en absoluto. El anterior alcalde no apoyo esta área

**21. ¿Qué obras sugeriría usted para el Desarrollo Turístico del Municipio de Achacachi ?**

Si es posible convertirse en Municipio Turístico, ya que allá se mantiene la cultura.

Se tendría que mejorar el camino carretero, mejorar la infraestructura hotelera, los restaurantes, Guías turísticas, el transporte público.

**22. ¿Qué cantidad de turistas visitan anualmente el Municipio de Achacachi?**

Esta entre 8500 extranjeros , 25000 nacionales y otros que vienen de excursión.

**23 ¿ Cree usted que la promoción y divulgación de los atractivos del municipio, sean un potencial para mejorar el nivel de vida de los pobladores del Municipio de Achacachi ?  
Sí ( ) No ( ) ¿Por qué?**

Sí pero, tenemos que organizarnos para recibir turistas, se tiene que mejorar las condiciones, ya que en este momento el municipio se encuentra abandonado, hay mucha migración. Se tendría que capacitar a guías turísticos. No hay actividad económica en esta región por falta de vías camineras y falta de otros servicios

**24. ¿Existe Hotel, restaurante, guías turísticos en el municipio?**

Si existe alojamiento, restaurante, pero no existen guías turísticos.