

TUR-105

T-1350



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CS. DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA DE TURISMO

**TRABAJO DIRIGIDO**

**"CAPACITACIÓN TURÍSTICA EN EL  
MUNICIPIO DE TIWANAKU"**



K-84954

UNIVERSITARIOS

*Maria Elder Arévalo Fernández  
Sonia L. Chambi Callisaya  
Santos R. Silva Hualpa*

DOCENTE:

*Lic. Emma Castellón*

01450

La Paz – Bolivia

HUMT-1350  
Aorex

TURISMO  
PATRIMONIO CULTURAL  
PROMOCION DEL TURISMO



### *Agradecimientos*

*Al Dios Supremo Creador, que nos da fortaleza a lo largo del camino de la vida.*

*A nuestra querida tutora Emma Castellón, por su apoyo incondicional y su invaluable amistad.*

*A los miembros del distinguido tribunal lector, por su colaboración en el proceso de perfeccionamiento del presente documento.*

*A nuestros queridos padres, hermanos(as), familiares y amigos por su constante voz de aliento y permanente respaldo.*

# CAPACITACIÓN TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE TIWANAKU

## ÍNDICE

### INTRODUCCIÓN

Pág.

#### CAPÍTULO I

##### 1. DISEÑO, ELECCIÓN Y ALCANCE DEL TEMA

##### 1.1 ELECCIÓN Y DELIMITACIÓN DEL TEMA

1

##### 1.1.1 Área

1

##### 1.1.2 Tema Genérico

1

##### 1.1.3 Tema Específico

1

##### 1.1.4 Especificidad del Tema

1

##### 1.1.5 Importancia del Tema

1

##### 1.2 Justificación

2

##### 1.3 Objetivos

3

##### 1.3.1 Objetivo General

3

##### 1.3.2 Objetivos Específicos

3

##### 1.4 METODOLOGÍA

3

##### 1.4.1 Observación de Campo

3

##### 1.4.2 Entrevista no Dirigida

4

##### 1.4.3 Técnicas de Investigación Documental

5

##### 1.4.4 Población y Muestra

5

##### 1.4.5 Muestreo Estratificado

6

#### CAPÍTULO II

##### 2 ASPECTOS GENERALES

##### 2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

7

##### 2.1.1 Antecedente

7

##### 2.1.2 Diagnóstico

8

##### 2.1.3 DAFO

9

##### 2.1.3.1 Debilidades

9

##### 2.1.3.2 Amenazas

9

##### 2.1.3.3 Fortalezas

10

##### 2.1.3.4 Oportunidades

10

##### 2.2 CONTEXTO GEOPOLÍTICO Y NATURAL

11

##### 2.2.1 Ubicación Geográfica

11

##### 2.2.1.1 Altura

11

##### 2.2.1.2 Límites

11

##### 2.2.1.3 Extensión

11

##### 2.2.2 Fisiografía

11

##### 2.2.3 Temperaturas

12

##### 2.2.4 Precipitación Pluvial

12

2.2.5	Recursos Hídricos	12
2.2.6	Recursos Naturales	12
2.2.6.1	Flora	12
2.2.6.2	Fauna	13
2.3	<b>CONTEXTO SOCIOECONÓMICO</b>	13
2.3.1	Demografía	13
2.3.2	Cantones del Municipio	14
2.3.3	Densidad	16
2.3.4	Salud	16
2.3.5	Educación	16
2.3.6	Servicios Básicos Y Complementarios	17
2.3.7	Recursos económicos	18
2.3.7.1	Agropecuaria	18
2.3.7.2	Ganadería	18
2.3.7.3	Pesca	18
2.3.7.4	Artesanía	18
2.4	<b>PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>	18
2.4.1	Ruinas Arqueológicas	18
2.4.2	Lukurmata	19
2.4.3	Chiripa (Taraco)	19
2.4.4	Iglesia de Tiwanaku	19
2.4.5	Plaza 14 de Septiembre	21
2.4.6	Año Nuevo Aymara ( Solsticio de Invierno 21 de Junio)	21
2.4.7	Festividad del 14 de Septiembre	22
2.4.8	Lago Titicaca	22
2.5	<b>ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES QUE TRABAJAN EN EL MUNICIPIO</b>	

### **CAPÍTULO III**

<b>3</b>	<b>MARCO LEGAL</b>	
3.1	<b>MARCO NORMATIVO DE LA UMSA Y LA CARRERA DE TURISMO</b>	24
3.1.1	Marco Normativo de La Universidad Mayor de San Andrés	24
3.1.2	Marco Normativo de La Carrera de Turismo	27
3.2	<b>LEY DE TURISMO (LEY N° 2074)</b>	36
3.3	<b>MARCO NORMATIVO DEL MUNICIPIO DE TIWANAKU</b>	37
3.4	<b>ESTRUCTURAS ORGÁNICAS DEL MUNICIPIO</b>	38
3.4.1	Sindicato	38
3.4.2	Junta Vecinal	38
3.4.3	Alcaldía Municipal de Tiwanaku	38
3.5	<b>LEY DE MUNICIPALIDADES N° 2028</b>	40
3.6	<b>LEY DE PARTICIPACIÓN POPULAR N° 1551</b>	40
3.7	<b>LEY DE DESCENTRALIZACIÓN ADMINISTRATIVA</b>	41
3.8	<b>LEY GENERAL DEL MEDIO AMBIENTE N° 1333</b>	42

3.9	<b>LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO</b>	42
3.10	<b>LEY DE REFORMA EDUCATIVA</b>	42

#### **CAPÍTULO IV**

<b>4</b>	<b>ENFOQUE PEDAGÓGICO</b>	
4.1	Corrientes Teóricas de Educación	44
4.1.1	Positivismo	44
4.1.2	Teoría del Conductismo	44
4.1.3	Teoría del Constructivismo	45
4.1.4	Paulo Freire	46
4.2	<b>LA EDUCACIÓN</b>	47
4.3	<b>TIPOS DE EDUCACIÓN</b>	47
4.3.1	Educación Formal	47
4.3.2	Educación No Formal	47
4.4	<b>PRINCIPIOS DE LA EDUCACIÓN NO FORMAL</b>	50
4.4.1	Concepto de Saber	50
4.4.2	Concepto de Enseñar	50
4.4.3	Concepto de Aprender	50
4.4.4	Área del Proceso Enseñanza - Aprendizaje	51

#### **CAPÍTULO V**

<b>5</b>	<b>MARCO CONCEPTUAL</b>	
5.1	<b>CONCEPTUALIZACIONES Y DEFINICIONES</b>	52
5.1.1	Concepto de Educación	52
5.1.2	Definiciones de Educación	52
5.1.3	Definición de Metodología	53
5.1.4	Definición de Taller	53
5.1.5	Definición de Dinámica	53
5.1.6	Definición de Capacitación	54
5.1.7	Definiciones de Turismo	54
5.1.8	Definiciones de Turista	55
5.1.9	Definiciones de Desarrollo Sostenible	56
5.1.10	Definiciones de Turismo Sostenible	56
5.1.11	Definiciones de Atractivo Turístico	57
5.1.12	Definiciones de Tipos de Recursos o Atractivos Turísticos	58
5.1.13	Definiciones de Servicio Turístico	58
5.1.14	Definiciones de Hospedaje	59
5.1.15	Definiciones de Calidad de Servicios	59
5.1.16	Definición de Relaciones Humanas	59
5.1.17	Definiciones de Cultura	59
5.1.18	Definición de Costumbre y Tradición	60
5.1.19	Definición de Artesanía	60
5.1.20	Definición de Cerámica	60
5.1.21	Definiciones de Medio Ambiente	61

5.1.22	Definiciones de Ecología	61
5.1.23	Definiciones de Contaminación	62
5.1.14	Definiciones de Ecosistema	63
5.1.25	Definición de Recursos Naturales	63
5.1.26	Definiciones de Reciclaje	63
5.1.27	Definición de Basura	64
5.1.28	Definición de Producción	64
5.1.29	Definiciones de Promoción	64
5.1.30	Definición de Producto Turístico	64
5.1.31	Definiciones de Comercialización	65
5.1.32	Definición de Relaciones Públicas	65
5.1.33	Definición de Municipio	66
5.1.34	Definición de Municipio Turístico	66
5.1.35	Definición de Gobierno Municipal	66
5.1.36	Definiciones de Gestión	66
5.1.37	Definición de Gestión Municipal	67
5.1.38	Definición de Gestión Municipal Participativa	67

## **CAPÍTULO VI**

<b>6</b>	<b>DESARROLLO DE LA CAPACITACIÓN TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE TIWANAKU POR ETAPAS APLICANDO LA METODOLOGIA.</b>	
6.1	Primera Etapa: Estudio Exploratorio del Lugar.	63
6.2	Segunda Etapa: Coordinación.	63
6.3	Tercera Etapa: Identificación y Organización de los Grupos a ser Capacitados.	64
6.4	Cuarta Etapa: Elaboración de los Módulos, Manual de Capacitación, Rotafolios y Otros Materiales.	70
6.4.1	Módulo I: Turismo	70
6.4.2	Módulo II: Atractivos Turísticos	71
6.4.3	Módulo III: Servicios Turísticos	71
6.4.4	Módulo IV: Cultura.	72
6.4.5	Módulo V: Medio Ambiente.	72
6.4.6	Módulo VI: Producción, Promoción y Comercialización.	73
6.4.7	Módulo VII: Gestión Turística Municipal.	73
6.5	Quinta Etapa: Ejecución de los Talleres Programados y Alcances.	75
6.5.1	Cronograma Establecido para Colegios de Secundaria.	75
6.5.2	Cronograma Establecido para Personas Involucradas en la Actividad Turística.	76
6.5.3	Contenidos Temáticos y Metodológicos.	78
6.5.3.1	Taller de Capacitación Turística a Informadores o Guías Locales.	78
6.5.3.2	Taller de Capacitación Turística a Hoteleros – Restaurantes.	89

6.5.3.3	Taller de Capacitación Turística a Artesanos Locales.	100
6.5.3.4	Taller de Capacitación Turística a Autoridades Locales del Municipio.	110
6.5.3.5	Taller de Capacitación Turística a Estudiantes de 3ro. y 4to. de Secundaria.	120
6.6	Sexta Etapa: Evaluación de la Capacitación.	128
6.6.1	Evaluación a Través de Pre-test y Post-test.	128
6.6.2	Evaluación por Preguntas.	132
6.6.3	Evaluación por Asistencia de Participantes Vía Segmento.	140
6.6.4	Evaluación de los Capacitados a los Facilitadores.	143
6.7	Total Horas Trabajadas en la Capacitación Turística en el Municipio de Tiwanaku.	144
6.8	Evaluación de los Módulos.	144
6.9	Evaluación de la Metodología.	146
6.10	Evaluación del Material.	146
6.11	Evaluación de los Facilitadores.	146
6.12	Evaluación de la Infraestructura.	147
6.13	Evaluación de los Participantes.	147
6.14	Conclusión.	148
6.15	Sugerencias.	149

## **ANEXOS**

**ANEXO 1 MODULOS DE LA CAPACITACIÓN TURISTICA EN EL MUNICIPIO DE TIWANAKU.**

**ANEXO 2 CUESTIONARIO**

**ANEXO 3 REGISTRO DE PARTICIPANTES**

**ANEXO 4 CARTAS**

**ANEXO 5 FOTOS**

**ANEXO 6 MANUAL DE CAPACITACIÓN TURISTICA EN EL MUNICIPIO DE TIWANAKU**

## INTRODUCCIÓN

La aprobación del Trabajo Dirigido como una de las modalidades de graduación en la Carrera de Turismo de la Universidad Mayor de San Andrés, a través del convenio institucional entre La Prefectura de La Paz y el Gobierno Municipal de Tiwanaku, nos permiten desarrollar módulos de Capacitación Turística en este municipio, declarado por la UNESCO el año 2000 como "PATRIMONIO CULTURAL DE LA HUMANIDAD"; con lo que se pretende, modestamente llenar el vacío que existe en cuanto a capacitación turística se refiere.

La "Capacitación Turística" en el municipio de Tiwanaku, planteada en este Trabajo Dirigido, tiene el firme propósito de contribuir al proceso de implementación de la actividad turística en el lugar, orientando sobre como realizar una buena gestión turística municipal, basada en los postulados del desarrollo sostenible.

Para el desarrollo pleno y el logro de los objetivos propuestos en este trabajo, presentamos entre otros aspectos de vital importancia, módulos de capacitación fáciles de asimilar, visuales e innovadores y en un lenguaje claro, sencillo y directo, los cuales permitirán transmitir conocimientos básicos sobre los procedimientos más comunes de la actividad turística, a los pobladores que están y a los que pretendan involucrarse en esta actividad, para que puedan desenvolverse con mayor facilidad e interés.

La capacitación está dirigida a estudiantes de secundaria, artesanos, guías o informadores locales, prestadores de servicios (hoteles y restaurantes) y otros pobladores interesados en participar de éste evento.

Por lo anteriormente mencionado, estamos seguros de que este trabajo llenará las expectativas de todos los participantes que asistan a la capacitación, no sólo por los conocimientos a ampliar, sino también por los resultados positivos que se lograrán en el futuro inmediato.



## CAPÍTULO I

### 1 DISEÑO, ELECCIÓN Y ALCANCE DEL TEMA

---



#### 1.1 ELECCIÓN Y DELIMITACIÓN DEL TEMA

1.1.1 **ÁREA:** PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

1.1.2 **TEMA GENÉRICO:** CAPACITACIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

1.1.3 **TEMA ESPECÍFICO:** CAPACITACIÓN TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE TIWANAKU

#### 1.1.4 ESPECIFICIDAD DEL TEMA

Poner en práctica la actividad Turística como desarrollo alternativo en el municipio de Tiwanaku, ubicado en la provincia Ingavi del departamento de La Paz.

#### 1.1.5 IMPORTANCIA DEL TEMA

Tiwanaku es un municipio turístico por naturaleza, porque ahí se encuentran las ruinas arqueológicas más importantes de la cultura Tiwanakota, es por esta razón que sus autoridades no tienen que escoger entre ser o no un municipio turístico, debido a que las ruinas se encuentran allí y no pueden ser trasladadas a otro lugar.

En este sitio se pueden desarrollar distintas actividades turísticas, tales como: turismo arqueológico, cultural, recreativo, medicinal y muchas otras que están relacionadas al Turismo.

En el futuro, la actividad turística puede convertirse en un medio de desarrollo integral alternativo y sostenible en el área del altiplano, en especial en el municipio de Tiwanaku contribuyendo a elevar la calidad de vida de sus pobladores en las distintas comunidades.

## 1.2 JUSTIFICACIÓN

Tiwanaku es el principal centro arqueológico de Bolivia y nombrado PATRIMONIO CULTURAL DE LA HUMANIDAD, donde la mayor parte de los habitantes de este lugar desconocen el potencial turístico del municipio debido a la falta de información y capacitación turística, lo cual conlleva al desinterés de los comunarios a ser parte de la actividad turística.

Este Municipio cuenta con 42 comunidades y/o Ayllus originarios en todo su territorio, el mismo se caracteriza por tener la presencia de edificaciones religiosas de la cultura Tiwanakota, cuya antigüedad se remonta al año 237 AC. Hasta el 1050 DC. (Ponce 1977); posee un conjunto de templos y centros arqueológicos que constituyen un destino turístico importante, lo que hace posible tener la sensación de estar en un mundo mágico y a la vez se constituye en el sitio perfecto para poder realizar estudios y recuperarse del estrés que nos da el diario vivir, principalmente en ciudades grandes contaminadas y llenas de ruido.

Nos toca hacer un alto en el camino, meditar y emprender la misión de sensibilizarnos porque aún queda un mundo diferente tras los muros de nuestras ciudades y que más que un deber es una obligación el preservar y conservar la riqueza cultural y natural del Municipio de Tiwanaku, donde se puede observar la mayor reserva de restos arqueológicos y paisajes altiplánicos increíbles.

Este trabajo tiene el propósito de contribuir a la actividad turística, con la finalidad de mejorar la calidad de los servicios, la conservación del medio ambiente, los atractivos turísticos y la recuperación de la cultura; por ende, mejorar la calidad de vida de los habitantes que se encuentran al interior del municipio de Tiwanaku.

Está comprobado que mediante la capacitación de recursos humanos se puede llegar a asegurar el futuro turístico de Bolivia, ya que es la base para que los visitantes se sientan acogidos de manera muy grata y así ellos sean los directos intermediarios en dar a conocer el lugar.

Es por eso que la capacitación de recursos humanos en Bolivia y especialmente en este municipio es de suma importancia, para que nuestro país crezca con la industria sin chimenea como es el turismo y de esta manera se pueda contribuir a la economía nacional como lo hacen otros países.

### **1.3 OBJETIVOS**

#### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

- Capacitar a los pobladores del municipio de Tiwanaku en la comprensión y manejo de la actividad turística a fin de lograr una participación comprometida en el que hacer turístico, dirigido a coadyuvar en los procesos de preservación de restos arqueológicos, recuperación de las manifestaciones culturales, mejoramiento de la prestación de servicios, transmitir conocimientos sobre conservación de los atractivos naturales y medio ambiente, para asegurar el bienestar de la población.

#### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Coadyuvar en el mejoramiento de la prestación de servicios turísticos básicos y complementarios del municipio a través de la capacitación a los pobladores del Municipio de Tiwanaku.
- Incentivar a la población del municipio en la conservación del medio ambiente y los atractivos turísticos naturales que se encuentran en el lugar.
- Incentivar a los artesanos y pobladores en general en la recuperación de la artesanía, costumbres y tradiciones del municipio para incorporarlos en la actividad turística.
- Coadyuvar en los procesos de preservación de restos arqueológicos para que estos no pierdan su valor adquirido en el ámbito nacional y mundial.

### **1.4 METODOLOGÍA**

La metodología que estamos utilizando es la siguiente:

// Para rescatar y recoger las expectativas y necesidades de la población del municipio de Tiwanaku, la demanda de los comunarios se recogerá mediante la observación de campo y la entrevista no dirigida. \\\

#### **1.4.1 OBSERVACIÓN DE CAMPO**

Es la que se realiza en el lugar donde se da el fenómeno observado; por ejemplo: si se desea estudiar la comunicación informal en un grupo de trabajadores,

el investigador acude al lugar de trabajo y observa su conducta durante algún tiempo, tiene la gran ventaja de que el fenómeno se describe tal y como sucede en la realidad.

El realizar la observación de campo requiere contar con una guía de información para recolectar los datos y para investigar los indicadores y relaciones entre las variables. En el registro de las observaciones se utiliza un diario de campo y cámaras fotográficas o de cine, para complementar con material audiovisual la investigación. Después se transcribe las observaciones a las fichas de campo. Es importante que las anotaciones se realicen en el momento de la observación o poco tiempo después de realizada esta. Las observaciones deben ser revisadas y deben ser lo mas objetivas posibles, cerciorándose de que las fichas se han elaborado con cuidado y precisión.

De ser posible, es conveniente que dos o más investigadores realicen la observación y la registren, a fin de depurar y controlar la información. Por otra parte, el investigador debe recordar que la conducta del hombre puede ser modificada por condiciones externas y que debe tratar de ser lo mas objetivo posible.

#### **1.4.2 ENTREVISTA NO DIRIGIDA**

La entrevista, al igual que el cuestionario, constituye un medio de recopilación de información mediante preguntas a las que debe responder el interrogado. Su particularidad radica en que el investigador y el o los interrogados se encuentran personalmente.

La entrevista no dirigida se desarrolla sobre la base de un patrón general que contiene los temas sobre los cuales se desea preguntar, pero en este caso, el entrevistador tiene la libertad de formular las preguntas de la forma más conveniente, para lo cual trata de obtener la mayor información posible. En este tipo de entrevista el éxito de su resultado y el de la investigación depende de las habilidades del entrevistador para obtener las respuestas buscadas.

Por medio de la entrevista no dirigida se puede alcanzar una información mas completa y profunda, ya que las preguntas y respuestas van surgiendo al calor de las eventualidades de la comunicación y de los cambios operados en el

entrevistado bajo la influencia del investigador; en este sentido, la flexibilidad de este tipo de entrevista permite desplazar y sustituir las preguntas, así como ampliar y profundizar las respuestas en el curso de la conversación.

Se realizan las entrevistas a grupos focales y/o agentes multiplicadores en las distintas comunidades, especialmente a las autoridades como ser: alcalde, mallkus, OTB's, etc.

Además durante el planteamiento del diseño metodológico en la capacitación, para alcanzar los objetivos se empleará el método deductivo, es decir, se partirá de aspectos generales para establecer y alcanzar con mayor detalle los específicos.

Otro método a utilizar será el descriptivo, cuya finalidad es describir las situaciones, condiciones, características tal y como se presenta en la unidad de análisis. También se recurrirá a las técnicas de investigación documental primarias y secundarias y se contara con una base de datos actualizada.

#### 1.4.3 // TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Existen dos tipos de fuentes documentales: primarias y secundarias.

**Las fuentes primarias**, son aquellas que contienen información no abreviada y en su forma original. Son todos los conocimientos científicos o hechos e ideas estudiadas bajo nuevos aspectos, ejemplo: libros, revistas, periódicos, tesis, separatas, monografías, etc.

**Las fuentes secundarias**, son aquellas que contienen información abreviada. Se menciona entre ellas a las bibliográficas, las revistas de resúmenes, los catálogos de bibliotecas, las reseñas, los índices bibliográficos y los ficheros. ∩

#### 1.4.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

A primera vista, el camino ideal para cualquier investigación consiste en estudiar a todos los elementos que conforman el objeto de investigación, o sea, a la población objeto de estudio.

Una población es el conjunto de todos los elementos que concuerdan con una serie de especificaciones, es decir, todos los objetos, fenómenos o situaciones que pueden ser agrupados sobre la base de una o más características comunes.

Por muestra se entiende el conjunto de elementos que se toma de una población, para después de su estudio llegar a conclusiones válidas sobre toda la población.

Para la realización de una investigación por muestreo, la muestra ha de cumplir dos requisitos fundamentales: ser representativa y a la vez confiable.

#### **1.4.5 MUESTREO ESTRATIFICADO**

Es uno de los métodos más utilizados en las investigaciones sociales. Parte del supuesto de que la población está subdividida en un determinado número de subpoblaciones o estratos, de tal modo que la muestra puede estar integrada por elementos de cada uno de los estratos.

En efecto, a través del muestreo estratificado se procura agrupar a los elementos de una población por sus características semejantes, creándose así los distintos estratos. Posteriormente se procede a seleccionar la muestra de entre los grupos o estratos formados. El muestreo estratificado permite disminuir el tamaño de la muestra y logra con su utilización resultados más precisos.

Finalmente decimos que por tratarse de un municipio de tradición oral, se empleará en calidad de instrumento el diálogo, como medio de comunicación directa utilizando técnicas participativas como ser: Dinámicas de animación, formación de grupos, exposición de temas mediante rotafolios; todo con la finalidad de promover la participación e intercambio de experiencias. Durante la realización de los talleres se desarrollarán procesos de acción reflexiva, que permitan superar las dificultades que se puedan presentar, así como realizar una evaluación continua, para lograr un mejor desenvolvimiento de los talleres.

## **CAPÍTULO II**

### **2 ASPECTOS GENERALES**



---

#### **2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

##### **2.1.1 ANTECEDENTES**

El turismo constituye la tercera actividad comercial dentro de la economía mundial en cuanto se refiere a la generación de divisas en países donde se tiene mayor apertura en este campo. Es por esto, que el turismo arqueológico y cultural, actualmente, es considerado como la actividad que aporta a la economía y que a diferencia de otras actividades que explotan recursos naturales de carácter no renovable, ésta es la industria sin chimeneas.

En los países altamente industrializados, la intensa y monótona vida de las ciudades ocasionan una sucesiva tensión en el individuo y el consecuente estrés, por lo que se ha llegado a optar como una necesidad, el viajar para reencontrarse con la cultura de los pueblos. Desde hace ya bastante tiempo se está dando este fenómeno, porque el turismo muestra un dinamismo inusitado, aumentando así el número de viajes por año.

Entonces los países tercermundistas empiezan a jugar un papel de "PAISES RESERVA", uno de estos países es Bolivia, que está considerado entre los ocho países con mayor número de atractivos turísticos en el mundo por encontrarse en el corazón de Sud América, donde existe una simbiosis geográfica.

Bolivia tiene sitios turísticos de incalculable valor arqueológico, cultural y natural tal es el caso del municipio de Tiwanaku donde el Turismo es el principal potencial del lugar, debido a que en su jurisdicción se encuentran las ruinas de Tiwanaku, reconocido como la cuna de la civilización americana, donde se encuentran monumentos invalorables, como La Puerta del Sol, La Puerta de La Luna, el Templete Semisubterráneo, El templo de Kalasasaya, Los monolitos, etc.

Tiwanaku, en otros tiempos, era la capital de un vasto imperio. En la actualidad es un municipio con algo más de 17.231 (INE) habitantes en su mayoría bilingües (aymara-castellano), dispersos en 42 comunidades. La población

concentrada en la localidad mayor es inferior al 4% con una cobertura de servicios deficientes (sólo el 11% de las viviendas tiene agua y electricidad) y existe una incidencia de pobreza del 96.9%. Tiwanaku atestigua el desinterés del estado por la conservación y rescate de su Patrimonio Cultural.

### **2.1.2 DIAGNÓSTICO**

La elaboración del diagnóstico se hizo mediante la investigación de campo y la entrevista no dirigida, esto con el propósito de ver la realidad en el que se está desarrollando el qué hacer turístico.

Por lo que se ha podido observar que la mayoría de la población de Tiwanaku carece de información y capacitación turística; además, desconoce la importancia del turismo como actividad económica y de los beneficios directos e indirectos que de él se derivan; así también desconoce las leyes que rigen el patrimonio cultural y natural.

En este municipio, se ha visto que una minoría de la población es beneficiada con la actividad turística, lo que hace que estos pobladores vayan mejorando sus ingresos económicos y por ende sus condiciones de vida, ya que esta actividad está afectando de manera positiva en el municipio, por lo que en la actualidad se puede ver que poco a poco la infraestructura básica y complementaria esta siendo mejorada; la otra parte de la población, que representa la mayoría, es la menos interesada en involucrarse en esta actividad.

También se observó que una gran parte de la población de este municipio se dedica a actividades laborales del campo como la agricultura y la ganadería, por lo que la alfabetización ha quedado relegada a un segundo plano. En consecuencia, el analfabetismo, en especial en las mujeres mayores de 30 años, es muy marcado y en un porcentaje menor en los varones. Esto ocurre porque se sigue manteniendo el patriarcado en muchas familias y es por eso que la mayor parte de las mujeres no son tomadas en cuenta en las actividades que realiza el municipio.



Otros factores por los cuales los habitantes no acuden a la alfabetización, es por falta de recursos económicos y el descuido de las autoridades por no incentivar a sus comunarios sobre la importancia de la alfabetización en su municipio, siendo ésta de vital importancia para el Turismo.

Por lo anterior, se puede percibir que no existe el apoyo necesario de parte de las autoridades para delinear políticas de desarrollo que favorezcan e involucren a los comunarios en la actividad turística.

### **2.1.3 DAFO**

#### **2.1.3.1 DEBILIDADES**

- Falta de planificación estratégica para el desarrollo turístico del municipio.
- Falta de saneamiento básico.
- Falta de infraestructura y superestructura turística.
- Falta de recursos humanos capacitados para brindar servicios de información, hospedaje, gastronomía y servicio de guías locales.
- Falta de capacitación turística y educación ambiental.
- Falta de información, tanto en la elaboración de estadísticas e inventariación de atractivos turísticos.
- Ausencia de organización estructural en la actividad turística.
- Falta de financiamiento para la promoción del turismo.
- Falta de conservación de los restos arqueológicos que se encuentran al interior del municipio.

#### **2.1.3.2 AMENAZAS**

- Destrucción del entorno natural por construcciones de cemento y techos de calamina.
- Mejoramiento de las condiciones turísticas y sociales de Machupicchu - Cuzco en el Perú, haciendo innecesaria la extensión de visita a Tiwanaku.
- La aculturación que producirá el turismo nacional no planificado.
- Alienación sobre las costumbres y tradiciones en los pobladores.
- Contaminación a causa de la actividad turística.
- Migración de la población joven hacia la ciudad.

- Carencia de puestos de auxilio para los visitantes.
- Conflictos sociales en el país.
- Bloqueos de caminos hacia los atractivos turísticos.

#### **2.1.3.3 FORTALEZAS**

- Cuenta con el centro arqueológico más importante de Sud América.
- Existencia de áreas adecuadas para implementar infraestructura y equipamiento.
- Apoyo de entidades no gubernamentales a nivel general.
- Cuenta con una carretera internacional asfaltada, de fácil accesibilidad al sitio arqueológico.
- Presencia de las ruinas arqueológicas de la cultura Tiwanakota.

#### **2.1.3.4 OPORTUNIDADES**

- La creación de programas para el desarrollo turístico.
- Apertura de nuevas vías de comunicación entre las diferentes comunidades.
- Generación de empleos para la población local y alrededores.
- Generación de divisas, lo cual aportará al crecimiento económico – social del Municipio de Tiwanaku.
- Elaboración de proyectos de implementación de infraestructura Turística.
- Conocimiento en el exterior de los atractivos turísticos.
- Cercanía con el Perú que tiene mayor flujo de turistas.
- Disponibilidad de los comunarios para involucrarse con la actividad turística.
- El municipio de Tiwanaku cuenta con el eje de conexión interoceánica Tiwanaku-Puerto Suárez, lo que le permitirá conectarse a los principales mercados nacionales e internacionales a través de los corredores de exportación.
- Creación de nuevos circuitos turísticos, para la permanencia del turista.

### **CONCLUSIÓN**

La parte interna como la parte externa de las DAFOs, puede mejorar en cuanto sea posible una buena planificación y seguimiento de todas las actividades del Turismo, en especial en la capacitación de los recursos humanos.

## **2.2 CONTEXTO GEOPOLÍTICO Y NATURAL**

### **2.2.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

El municipio de Tiwanaku es la Tercera Sección Municipal de la Provincia Ingavi, ubicado en el departamento de La Paz, República de Bolivia, se encuentra entre los paralelos 18° 20' y 16° 40' latitud sur, 68° 35' y 69° 15' longitud oeste. Está situado en el altiplano boliviano norte, a 71 kilómetros de la ciudad de La Paz, conectado por la carretera internacional La Paz-Desaguadero, factor favorable para la dinámica comercial y turística del municipio.

Su topografía es típica del altiplano, tiene un clima frío, con una temperatura variada, el municipio está constituido por serranías, colinas, llanuras fluvio-lacustres con suelos de textura variable. El origen de la población es aymará, la misma que está organizada en sindicatos, centrales, sub-centrales y OTB's.

#### **2.2.1.1 ALTURA**

Se encuentra a una altura de 3.843 y 4.000 metros sobre el nivel del mar.

#### **2.2.1.2 LÍMITES**

- Al Norte con el Lago Titicaca y el municipio de Pucarani.
- Al Sur con el municipio de Viacha.
- Al Este con el municipio de Laja.
- Al Oeste con el municipio de Guaqui y el Lago Titicaca.

#### **2.2.1.3 EXTENSIÓN**

Tiwanaku tiene una extensión territorial aproximada de 640.1 Km<sup>2</sup>.

### **2.2.2 FISIOGRAFÍA**

Tiwanaku es parte de la meseta altiplánica del departamento de La Paz, correspondiendo al piso ecológico del altiplano central, con características agroclimáticas particulares por la influencia del Lago Titicaca. Las unidades fisiográficas de la sección están constituidas por serranías, colinas y llanuras fluvio-lacustres con suelos de textura variable.

### **2.2.3 TEMPERATURAS**

La temperatura promedio anual es de 8.5°C. la mínima extrema se presenta en los meses de junio y julio -5.2°C., mientras que la máxima extrema en los meses de diciembre, enero, febrero y marzo 19.4°C. (Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología, 1.996).

### **2.2.4 PRECIPITACIÓN PLUVIAL**

De acuerdo a los datos obtenidos, en la estación meteorológica de Tiwanaku los meses de mayor precipitación pluvial son: enero, febrero, marzo y diciembre. Durante los meses de mayo a septiembre se registran una escasa o mínima cantidad de precipitaciones. La precipitación media anual es de 673 Mm. al año.

### **2.2.5 RECURSOS HÍDRICOS**

Los principales recursos hídricos con los que cuenta el municipio de Tiwanaku son; el Lago Titicaca y el río Tiwanaku que tiene un caudal permanente, que en su recorrido recibe diversos nombres. A su vez en el área que ocupa la sección municipal, se encuentran pequeños riachuelos temporales.

### **2.2.6 RECURSOS NATURALES**

#### **2.2.6.1 FLORA**

La forestación existente en el municipio esta compuesta por especies nativas de Keñua (*Calamagrostis vicunarum*), y kiswara, otras especies forestales adaptadas son los eucaliptos y pinos.

La vegetación predominante es la paja (wichu) en diferentes especies, pastos nativos (chiji), thola y totora en las riberas del lago Titicaca.

Entre las especies de estrato bajo se encuentran: Chiji (*Mulembergia fastigiata*), Khota (*Junilea minina*), Layu (*Trifolium amabile*), Sillu-Sillu (*Lachimeleia pinnata*), Kailla (*Tetraglochim cristatum*), Thola (*Bacharis incarum*), y Anahuaya (*Adesmia spinosisima*).

Al realizar una distribución porcentual de cobertura vegetal en los campos naturales y de pastoreo se encontraron las siguientes especies predominantes:

**Cuadro N° 2-1**  
**COBERTURA VEGETAL**

<b>VARIEDAD</b>	<b>COBERTURA %</b>
- Paja (varias especies)	39.5
- Pastos nativos	28.7
- Totorá	1.0
- Otras especies de estrato bajo	9.6
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>

**Fuente:** Diagnóstico Municipal 1996

En las zonas secas y pedregosas, las asociaciones de Kailla (*Tetraglochin ciristatum*) aparecen con mucha intensidad debido a su resistencia y adaptabilidad a lugares áridos, por ende estas plantas son afectadas por los cambios bruscos de temperatura, lo que determina que estas plantas desarrollen respuestas fisiológicas para adaptarse al clima como ser hojas con espinas y raíces muy desarrolladas.

Los suelos húmedos y alcalinos generalmente están ubicados en las cercanías del Lago Titicaca, donde se pueden observar bofedales con totora y asociaciones de gramíneas.

#### **2.2.6.2 FAUNA**

La fauna existente en el municipio está representada por las especies de patos silvestres, pariguanas, gorriones, halcones, alkamaris, perdices, etc.

### **2.3. CONTEXTO SOCIOECONÓMICO**

#### **2.3.1 DEMOGRAFÍA**

De acuerdo al Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV) del año 2001, la población de Tiwanaku alcanzó a 17.231 habitantes de origen aymara, en su mayoría bilingües (aymara-castellano), que se dedican a la agricultura, ganadería y pesca.

### 2.3.2 CANTONES DEL MUNICIPIO DE TIWANAKU

Tiwanaku esta organizado en cinco cantones que son: Tiwanaku, Huacullani, Pillapi, Taraco y Santa Rosa, con un total de 42 comunidades con Personería Jurídica respectivamente a efectos político-administrativos.

#### CANTONES DEL MUNICIPIO

TIWANAKU
TARACO
HUACULLANI
PILLAPI SAN AGUSTÍN
SANTA ROSA DE TARACO

Actualmente el municipio de Tiwanaku se ha dividido en dos municipios, convirtiéndose el cantón Taraco en la séptima sección municipal de la provincia Ingavi, con 18 comunidades que cuentan con personería jurídica y 3 comunidades sin el reconocimiento legal, haciendo un total de 21 comunidades.

#### MUNICIPIO DE TARACO

Creación según ley 2488 del 16 de julio de 2003

MUNICIPIO	COMUNIDADES	SECCIÓN
TIWANAKU	23	TERCERA
TARACO	21	SÉPTIMA

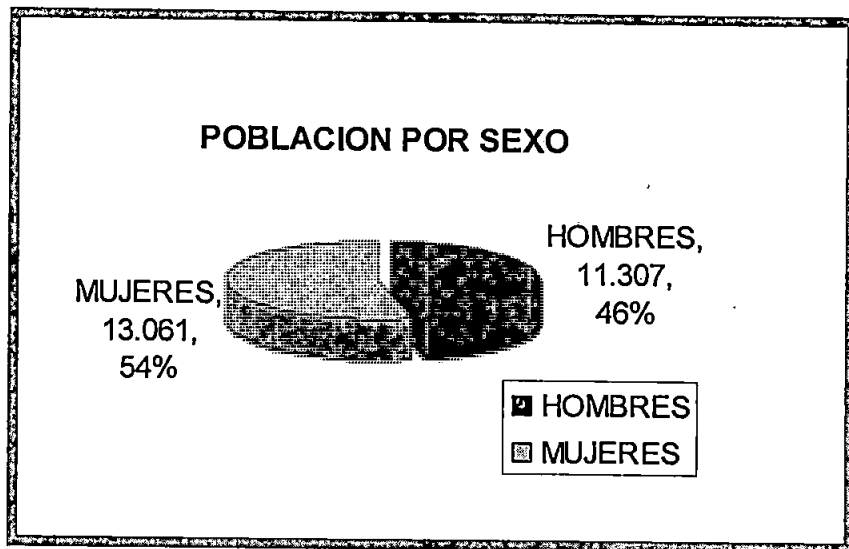
Fuente: Dirección Departamental de Fortalecimiento Municipal y Comunitario – Prefectura de La Paz.

**CUADRO N° 2-2**  
**POBLACIÓN POR COMUNIDAD Y SEXO EN LOS 5 CANTONES DE TIWANAKU**

N°	COMUNIDAD	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
1	Jihuahui Chico	140	130	270
2	Taraco	150	100	250
3	Jihuahui Grande	220	180	400
4	Camiri	188	187	375
5	Huari Chico Huacullani	305	381	686
6	Huacullani Centro	412	337	749
7	Huacullani – Huacuyo	550	450	1000
8	Queruni	330	270	600
9	Achuta Grande	660	540	1200
10	Suriri	170	130	300
11	Chairamaya	240	160	400
12	Chambi Grande	100	70	170
13	Yanarico	480	320	800
14	Pillapi	678	462	1140
15	Ñacoca	190	462	652
16	Ñachoca	180	122	302
17	Zapaña	385	315	700
18	Pequeri	110	90	200
19	Yanamani	220	180	400
20	Calacala	228	170	398
21	Jauría Pampa	165	135	300
22	Chiscani	550	450	1000
23	Pircuta	75	50	125
24	Chamba Taraco	138	112	250
25	Santa Rosa de Taraco	193	157	350
26	Uma Marca	100	75	175
27	Rosa Pata	150	95	245
28	Guaraya	1255	1245	2500
29	Coacollo	101	124	225
30	Chivo	275	225	500
31	San José	154	126	280
32	Huancollo	480	320	800
33	Achaca	1275	1225	2500
34	Causaya	231	189	420
35	Caluyo	247	202	449
36	Corpa	520	425	945
37	Kasa Achuta	247	203	450
38	Chiripa	127	122	249
39	Chambi Chico	181	161	342
40	Calacala	220	180	400
41	Isla Sicuya	99	98	197
42	Área Urbana	342	332	674
	<b>TOTAL</b>	<b>13.061</b>	<b>11.307</b>	<b>24.368</b>

Fuente: PDM Municipio de Tiwanaku

**GRÁFICO 2-1**  
**DATOS PDM MUNICIPIO**



**Fuente:** Elaboración en base al cuadro 2-2

**2.3.3 DENSIDAD**

Según el Cuadro No 5, la Sección Municipal de Tiwanaku tiene una densidad de 36.1 habitantes por kilómetro cuadrado, siendo ésta la segunda con relación a la Provincia Ingavi de la cual es parte el municipio.

**2.3.4 SALUD**

En la jurisdicción del Municipio de Tiwanaku existen establecimientos de salud de primer nivel, existiendo 10 establecimientos que se dedican a las curaciones externas sin internación ni intervenciones quirúrgicas.

Estos centros tienen cobertura de partos, sin embargo según las estadísticas del Censo 2001, existen 9 personas profesionales sanitarios, diez camas de internación, siendo la cobertura de los partos alrededor del 15%, lo cual muestra que las mujeres se atienden en forma familiar.

**2.3.5 EDUCACIÓN**

El municipio cuenta con 49 unidades educativas, de las cuales 33 Unidades Educativas pertenecen al nivel primario y 16 Unidades Educativas al nivel



secundario, además cuenta con la Universidad Católica Boliviana con dos ramas técnicas (Agronomía y Zootecnia).

### 2.3.6 SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS

#### VIVIENDA

CUADRO 2-3

DATOS ESTADÍSTICOS INE VIVIENDA Y POBLACIÓN 2001

Tamaño promedio del hogar	Rango	Promedio personas por dormitorio	Rango	Electricidad	Rango	Agua por cañería	Rango	Baño O Letrina	Rango
3.62	2	2.83	2	57.76	3	71.54	4	69.62	4

Fuente: INE – Censo Nacional de Población y Vivienda 2001

El promedio porcentual de la vivienda y población del municipio es sobre el 100%

#### POBREZA

CUADRO 2-4

UNA INCIDENCIA DE POBREZA DEL 96.9% (FUENTE PDM TIWANAKU 1997)

Población Encuestada	Población Estudiada	NO P O B R E S		P O B R E S		
		Necesidades básicas Satisfechas	Umbral de pobreza	Pobreza Moderada	Indigencia	Marginalidad
17.231	16.830	95	388	4.350	11.071	926

Fuente: INE – Censo Nacional de Población y Vivienda 2001

## **2.3.7 RECURSOS ECONÓMICOS**

### **2.3.7.1 AGROPECUARIA**

Es la principal actividad generadora de ingresos económicos, constituida principalmente por productos andinos como ser: papa, oca, cebada, quinua, haba, etc. Con importantes niveles de producción.

### **2.3.7.2 GANADERÍA**

La ganadería se realiza de forma extensiva con ganado vacuno, ovino, porcino y camélido. Los principales productos que genera esta actividad son: leche, lana, carne, charque y pieles.

### **2.3.7.3 PESCA**

Se encuentran principalmente el pejerrey, karachi, ispi, mauri y otras especies piscícolas; es otra de las actividades a las cuales se dedica el sector.

### **2.3.7.4 ARTESANÍA**

La actividad artesanal en el municipio está basada principalmente en la producción de tejidos, cerámica y cestería.

## **2.4 PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

Entre los principales atractivos turísticos se destacan las ruinas arqueológicas de Tiwanaku, Lukurmata y Chiripa, la Iglesia de Tiwanaku, el Lago Titicaca, la Bahía de Taraco, la Cordillera, los Sukaqullus, los Ríos y las fiestas patronales que no son explotadas turísticamente debido a la falta de promoción, infraestructura hotelera y servicios, que podrían generar un importante flujo de turistas en el municipio.

### **2.4.1 RUINAS ARQUEOLÓGICAS**

Una de las teorías sobre el origen de su nombre refiere al conocimiento de Tiwanaku como "Taypi Kala o Piedra Central", por haberse fundado el imperio en sus alrededores, que fue base de la cultura altiplánica. Se caracteriza por sus grandes

templos y litos tallados como la Pirámide de Akapana, Puma Punku, el Templete Semisubterráneo, Kalasasaya, la Puerta del Sol, Monolito Ponce, Monolito Fraile, Kantataita, Putuni, Kerikala y dos museos, donde se pueden apreciar piezas de valor incalculable como ser el Monolito Bennett, Chachapumas, otras piezas hechas en cerámica, etc. La relación de superficie excavada llega, por lo tanto, a 30 hectáreas aproximadamente. Éstas están consideradas como las más importantes dentro del proceso de evolución de las culturas andinas, por la calidad del trabajo en piedra, cerámica y sobre todo la técnica de la ingeniería hidráulica.

#### **2.4.2 LUKURMATA**

Tercer sitio en importancia después de Tiwanaku. Ofrece al visitante un templete similar al de Kalasasaya y campos de cultivo que se autoprotegen de las heladas y se autoabastecen de abono. Esta tecnología milenaria de producción llamada Sukakollus, permiten trabajar la tierra todo el año sin que se pierdan los valores nutritivos, superando la producción agrícola moderna de tractores.

#### **2.4.3 CHIRIPA (TARACO)**

Siguiendo el circuito, en la península de Taraco, se encuentran restos pertenecientes a la Cultura Chiripa (435 a.C.). Es interesante ver el montículo del lugar que está rodeado de elementos líticos parados en hileras. El lugar fue cuna de la primera cultura agrícola aldeana en territorio boliviano, hasta que cayó bajo el dominio Tiwanakota.

#### **2.4.4 IGLESIA DE TIWANAKU**

Este monumento constituye uno de los aportes de demostración resplandeciente que fue logrado arquitectónicamente el año 1.612, vale decir, el siglo XVII construido con piedras de andesita, arenisca roja y blanca. Todos los muros y contrafuertes de la iglesia y el campanario están contruidos con piedras que fueron recolectadas de todo lo que se llama área arqueológica de las ruinas.

En el ingreso principal al Templo, se puede apreciar dos estelas líticas sedentes, que se encuentran situadas a ambos lados del arco de ingreso, pertenecientes a la tercera época de la cultura Tiwanakota.

En la portada inicial se puede observar a ambos lados de las columnas, dos tallados en piedra; también, apreciamos en este frontis unos esbozos que sirven de adorno en la parte superior. En este mismo sector del frontis del campanario resaltan altivas las figuras de varios canales, a semejanzas de cabezas felinas, que sirven de desagüe.

Pasando el portón de madera, se puede observar un bello escudo al que se denomina "Sotocoro", anunciando ya la existencia de una remodelación, en el que posiblemente predominó la pintura mural; a ambos lados del presbítero se puede divisar grandes lienzos que posiblemente fueron pintados en el siglo XVIII, por un autor anónimo.

En uno de los cuadros de máxima connotación se advierte la conformación del Cacique Martín Paxipaty y su esposa, luciendo una hermosa sombrilla, que le cubre la cabeza y los hombros; en el arco lateral se ven lienzos que representan la vida del aludido Cacique Paxipaty.

En la cúpula del altar mayor podemos observar varias pinturas de santos que acompañan a la Divina Trinidad, en medio de nubes pintadas al temple; según documentos de la Iglesia, estos atavíos se remontan al año 1.800. En el altar mayor, se puede observar el trabajo labrado en fina platería al estilo barroco español, mezcla de una peculiaridad del mestizaje. La Iglesia el año 1.761 sufrió una de las primeras remodelaciones, posteriormente en la década de los años 30 se efectuaron modificaciones en el frontis de la misma, cambiándose la forma original por otra en forma circular. El año 1.945 bajo decreto del 31 de enero, fue declarada "Monumento Nacional". Ya en el año 1.983 se cambia la cubierta de teja de greda por la de cemento. En la parte central del altar mayor se puede apreciar al patrón del pueblo, El Señor de La Exaltación.

#### **2.4.5 PLAZA 14 DE SEPTIEMBRE**

Única en su género y es apreciada por miles de turistas que visitan anualmente Tiwanaku, sus arcos de ingreso a la plaza, están conformados arquitectónicamente con piedra labrada, que fueron traídos de los templos arqueológicos, su estilo renacentista le da un aire singular.

La historia cuenta que esta plaza y la Iglesia fueron encomendadas para su diseño y construcción al español Juan de Matienzo, por orden del Virrey Francisco de Toledo el año 1.575; al correr los años a iniciativa de los vecinos se mando a empedrar toda la plaza con el apoyo de los campesinos.

El año 1.903 una misión francesa trajo consigo el tinglado que hoy se encuentra en el centro de la plaza, empero, su destino fue para la protección de la Puerta del Sol, pero por razones ignoradas la vecindad optó por trasladar esta donación a la plaza. En la actualidad la plaza sufrió una transformación moderna.

#### **2.4.6 AÑO NUEVO AYMARA (21 DE JUNIO SOLSTICIO DE INVIERNO)**

Cada año el 21 de junio en Tiwanaku se celebra el Año Nuevo Aymara, que representa rescatar lo antepasado, el retorno del sol "Willka Kuti", la celebración de la entrada del sol al templo de Kalasasaya. Este día determinado por el Solsticio de Invierno es seguido por el Equinoccio de Primavera (21 de septiembre), Solsticio de Verano (21 de diciembre) y finalmente el 21 de marzo el Equinoccio de Otoño.

Los solsticios y los equinoccios marcan las estaciones del año; así como en la Puerta del Sol están representados por los trompeteros de cada lado del friso central, teoría dada por el investigador Artur Posnansky, quien afirma que la Puerta del Sol representa un calendario agrícola.

En esta fiesta, en Tiwanaku hacen su presencia: amautas, jalifatos, kallawayas y mallkus originarios; así como turistas nacionales y extranjeros. Durante la ceremonia, los miembros de las comunidades originarias exigen a las autoridades gubernamentales que tengan más respeto por las culturas ancestrales, a tiempo de reclamar un trato igualitario, similar al que practicaban sus antepasados desde tiempos remotos.

Vestidos con la indumentaria tradicional, los descendientes de la cultura tiwanakota, desde la noche anterior al 21 de junio, llegan desde todas las comunidades aledañas a Tiwanaku y preparan las mesas (ofrendas simbólicas que contienen dulces, especies, lanas, papeles de color, etc.).

Aproximadamente una hora antes de la salida del sol anuncian con sus pututos el nuevo amanecer aymará. Una vez que sale el Sol por la puerta del Kalasasaya se realizan ceremonias ancestrales y actos preparados por las autoridades del municipio de Tiwanaku.

Pasada la ceremonia en el Templo de Kalasasaya, se realiza la entrada autóctona en Tiwanaku, con la participación de todas las comunidades del municipio. En esta entrada autóctona se puede observar variadas danzas folklóricas que se caracterizan por su sencillez y creatividad.

#### **2.4.7 FESTIVIDAD DEL 14 DE SEPTIEMBRE**

El 14 de septiembre se celebra la fiesta al Patrón del pueblo "Señor de la Exaltación" a quien se rinde culto desde hace muchos años como muestra de gratitud, donde concurren muchos feligreses, con devoción y demostración de mucha fe. Entre ellos están los residentes de Tiwanaku.

La entrada es una exhibición excepcional del testimonio de la cultura tradicional del lugar, donde al paso de las comparsas se observa la variedad de danzas, música autóctona y tradiciones, que llevan el mensaje de respeto y protección del patrimonio cultural y tradicional del lugar.

#### **2.4.8 EL LAGO TITICACA**

El Lago Titicaca es una inmensa cuenca con una superficie de 563,000 Km<sup>2</sup>., se subdivide en 10 sub-cuencas y está compuesto de dos partes, el Lago Mayor y el Lago Menor, separados por el Estrecho de Tiquina, que tiene una longitud de 800 m.

El Lago Mayor, llamado también Chukuito, comprende una parte central y cuatro bahías:

- Puno, Copacabana, Achacachi, Ramis.

El Lago Menor, llamado también Wiñaymarka, comprende tres partes:

- **Norte:** frente a Huatajata, con la fosa de Chua.
- **Central:** separada de la parte norte por una línea de islas que son; Takiri, Pako, Kalahuta y al sur limita con la península de Taraco.
- **Septentrional:** bahía de Guaqui por donde desemboca el río Desaguadero.

**Cuadro No 2-5**

**CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL LAGO TITICACA**

- Longitud máxima	175 Km.
- Ancho máximo	67 Km.
- Longitud de costas	1.125 Km.
- Lago Mayor	134 m.
- Lago Menor	10.8 m.
- Profundidad máxima	281 m.
- Superficie total del Lago	8.030 Km.
- Superficie Lago Mayor	7.117 Km.
- Superficie Lago Menor	1.323 Km.
- Superficie Lago perteneciente a Bolivia	3.790 Km.
- Volumen total del Lago	893 x 10 m <sup>2</sup>

Fuente: Sistema TDPS, 1993

## 2.5 ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES QUE TRABAJAN EN EL MUNICIPIO

Entre las organizaciones no gubernamentales que trabajan en el municipio están:

- **INTERVIDA**, que trabaja en el área de educación proporcionando desayuno escolar y provisión de útiles escolares, asimismo en el mejoramiento de forraje, aproximadamente su cobertura llega al 10% de la población.
- **PLAN INTERNACIONAL**, elabora perfiles, proyectos en el campo de energía eléctrica, agua potable domiciliar para Wankollo.
- **PROSAT**, de proyectos de asistencia técnica para organizaciones productivas rurales.
- **CRECER**, de crédito rural con garantía mancomunada.

## CAPÍTULO III



### 3 MARCO LEGAL

---

#### 3.1 MARCO NORMATIVO DE LA UMSA Y LA CARRERA DE TURISMO

##### 3.1.1 MARCO NORMATIVO DE LA UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS DISPOSICIONES GENERALES

**Artículo 1º.** (NATURALEZA). LA UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS es una institución de educación superior, autónoma y gratuita que forma parte de la Universidad Boliviana en igual jerarquía que las demás universidades, en el sentido establecido por la Constitución Política del Estado en sus artículos 185 al 187, el Acta de Constitución de la Universidad Boliviana y su Estatuto Orgánico.

**Artículo 2º.** (BASE DE CONSTITUCIÓN) La base de su constitución es la organización democrática y la decisión soberana de la comunidad universitaria compuesta por los estamentos de docentes y estudiantes, quienes en forma paritaria conforman todas las instancias de decisión y de gobierno universitario.

El personal administrativo forma parte de la Comunidad Universitaria como sector de apoyo.

**Artículo 3º.** (COMPOSICIÓN ACADÉMICA) .La Universidad está compuesta por Carreras y Facultades, cuya creación y composición se determinan en el presente Estatuto.

## PRINCIPIOS, FINES Y OBJETIVOS

### CAPÍTULO I

**Artículo 4º.** (PRINCIPIOS).

I. Los principios de la UMSA son:

- a) La Autonomía universitaria
- b) La jerarquía igualitaria con las demás universidades públicas
- c) La Democracia Universitaria;
- d) La Planificación y coordinación universitaria;



- e) El carácter nacional, democrático, científico, popular y antiimperialista de la Universidad
- f) La Libertad de pensamiento
- g) La Libertad de cátedra
- h) La Cátedra paralela

II. Los principios anteriormente enunciados son entendidos en su interacción mutua y unidad conceptual.

**Artículo 5º. (AUTONOMÍA UNIVERSITARIA).**

I. La Autonomía Universitaria se basa en:

- a) La independencia ideológica de la UMSA respecto a cualquier gobierno;
- b) La libre administración de sus recursos;
- c) El nombramiento de sus autoridades, personal docente y administrativo.
- d) La elaboración y aprobación de su Estatuto Orgánico, planes, presupuesto y reglamentos.

II. La Autonomía Universitaria implica:

- a) El derecho de la Universidad a percibir y administrar sus propios recursos y a participar en forma porcentual de las Rentas Nacionales, Departamentales y Municipales, así como también de las subvenciones que el Estado tiene la obligación de proporcionarle en función a su presupuesto por programas y actividades. Esta percepción y subvención de recursos deben ser oportunas y suficientes.
- b) La inviolabilidad de los recintos universitarios.
- c) La ilegitimidad y consiguiente desconocimiento de cualquier gobierno universitario impuesto por la violencia, la coacción o la amenaza interna y externa, o que altere o desconozca el régimen democrático, la Autonomía y el Cogobierno, o subvierta los principios, fines y objetivos de la Universidad.
- d) La determinación del Curriculum de los diferentes niveles de formación en las universidades.
- e) La coordinación e integración de planes y programas a escala nacional y regional.

## CAPÍTULO II

### FINES Y OBJETIVOS

**Artículo 13°.** Son fines y objetivos principales de la UMSA:

- a) Los fines y objetivos generales señalados en el Estatuto Orgánico de la Universidad Boliviana, incorporados a plenitud en el presente estatuto; Tecnológico y cultural, los que deberán responder a las necesidades de la transformación y el desarrollo nacional y regional, con conciencia crítica y con capacidad en el manejo de los instrumentos teóricos, metodológicos y prácticos.
- b) Desarrollar y difundir la ciencia, la tecnología y la cultura en general, dentro y fuera de la universidad.
- c) Orientar, realizar y promover la investigación en todos los campos del conocimiento, conforme a la priorización de problemas de la realidad boliviana;
- d) Defender, rescatar y desarrollar los valores de las culturas del país y la cultura universal.
- e) Desarrollar el proceso académico que integra la teoría y la práctica, así como la enseñanza-aprendizaje, la producción y la investigación;
- g) Fortalecer el sistema de la educación integrándose con las demás universidades bolivianas y con ciclos preuniversitarios de instrucción.
- h) Fortalecer vínculos con las Universidades del exterior.
- i) Defender y desarrollar el carácter democrático de la educación en general;
- j) Promover que todos los instrumentos de comunicación social y difusión cultural y científica con que cuenta la Universidad se articulen dentro los lineamientos de un desarrollo integral y armónico de la Región, fomentando la emergencia de una conciencia regional propia y con el propósito de atender a los sectores más necesitados del departamento.

**Artículo 14°.** (INTERACCIÓN CON LA SOCIEDAD).

La UMSA contribuye a la defensa, protección y fomento de los bienes culturales y científicos del país y de la región, así como a la conservación y uso racional de los recursos naturales y humanos dentro de una perspectiva de

integración nacional; así como también a la defensa de los derechos y libertades fundamentales de nuestro pueblo.

La UMSA se integra a la sociedad a través de planes y programas de carácter multidisciplinario e interdisciplinario y se compromete con el desarrollo socio- económico del país, al mejoramiento de las condiciones de vida de sus habitantes; y contribuir al desarrollo regional con sentido de integración nacional.

La UMSA contribuye a que los obreros, campesinos y capas medias urbanas asuman la necesidad histórica de una transformación revolucionaria de las estructuras sociales y económicas que configuran una realidad de dependencia que impide el desarrollo auto determinado de nuestro pueblo.

La UMSA debe orientar la actividad científica y cultural en relación con las necesidades de las masas trabajadoras y dentro de la perspectiva de integrar el movimiento universitario y las políticas académicas e institucionales con las tareas orgánicas de los trabajadores.

La UMSA debe promover la participación efectiva de los trabajadores de la Región en la planificación, ejecución y evaluación de las actividades académicas, con el fin de rescatar el conocimiento obtenido en estos niveles, así como también para integrar las tareas científicas y tecnológicas hacia la satisfacción de las necesidades básicas e históricas de los trabajadores.

### **3.1.2 MARCO NORMATIVO DE LA CARRERA DE TURISMO**

#### **BREVE RESEÑA HISTÓRICA**

En 1981 se realizan las Jornadas Académicas en la Carrera de Idiomas, donde se establece entre otras cosas que había la necesidad de crear una mención en la rama de Turismo, habida cuenta que un número importante de estudiantes pensaba incursionar en mercado laboral que genera la actividad del Turismo (como guías e interpretes principalmente). Es así, que en la gestión 1982 se crea la **Mención en Turismo**, dependiente de la Carrera de Lingüística. Esta mención funciona como tal hasta 1986, ya que luego de un análisis académico se establece la urgente necesidad de independencia. Así nace la Carrera de Turismo como una más de la Facultad de Humanidades, ofreciendo a los alumnos el grado de **Técnico**

**Superior con dos menciones: Operador Receptivo y Guía de Turismo**, en tres años de estudio. Estas menciones responderían inicialmente al estudio del mercado que se realizó para justificar la creación de la Carrera, y responder a las exigencias del sector.

En 1990 se llevan a cabo las Jornadas Sectoriales en la Carrera, donde se analizan los objetivos, perfil profesional y planes de estudio luego de cuatro gestiones de ejecución. En estas Jornadas se deja claramente establecida la posibilidad de iniciar un estudio de mercado para elevar el nivel académico de Técnico Superior a Licenciatura en Turismo.

Finalmente en el Foro Facultativo (noviembre 1995) se aprobó el plan de estudios para la **Licenciatura en Turismo**, el mismo que entró en vigencia a partir de 1997. Esta transición de Técnico Superior a Licenciatura ha motivado el bajo número de egresados y titulados en los últimos años, pese a ello, es la carrera que cuenta con mayor número de egresados de toda la Facultad (560 en total) desde su fundación.

## **ANTECEDENTES**

Para la definición de una nueva propuesta pedagógica para la formación de profesionales en Turismo es necesario profundizar la discusión para la definición concertada de que el estudio del Turismo no es una ciencia porque no intenta generalizar o establecer leyes, tampoco es una técnica, porque no se reduce a la utilización de herramientas tecnológicas, si no que **es una disciplina que pretende encontrar el valor, la importancia y significación de los patrimonios cultural y natural** y de las acciones y relaciones socioeconómicas emergentes de su utilización como recursos turísticos.

Al definirse el estudio del Turismo como una **disciplina cuyo objeto de estudio es la valorización: Social, económica y cultural del Patrimonio Turístico en relación directa con su explotación**, que adopta para su desarrollo tecnologías de diversas disciplinas y ciencias, además de requerir la creación de sus propias herramientas tecnológicas, se estableció el **nuevo paradigma** en la formación de profesionales en Turismo.

Por tanto, a partir de esta premisa, se identifican las áreas de especialización que permiten la formación de recursos humanos con un perfil multidisciplinario que le faculta al ejercicio profesional ya sea en la industria (como administradores de empresas y técnicos operativos), en la gestión pública del turismo (como planificadora y gestora) o en la academia (como Investigadores y educadores).

En esta perspectiva, se imponen nuevos desafíos para lograr el desarrollo sostenible de los países a partir del desarrollo sostenible del turismo, los que se sustentan en el conocimiento e interpretación de los patrimonios para su puesta en valor y preservación para el próximo milenio. Por tanto, es evidente el hecho de que la única forma de lograrlo es a través de un cambio sustantivo en la formación de recursos humanos, ya que serán estos los que tendrán bajo su responsabilidad la gestión turística del futuro.

### **VISIÓN Y MISIÓN**

- **Visión:** Convertir a la Carrera de Turismo de la UMSA en líder, tanto en la formación de profesionales como en el desarrollo de la investigación en turismo, con el fin a contribuir al desarrollo sostenible del país.
- **Misión:** Formar profesionales intelectualmente aptos, poseedores de una identidad cultural que valore la riqueza de la diversidad, Intransigentes en la conservación ambiental, con conocimientos y habilidades necesarias para promover el desarrollo sostenible del turismo.

### **OBJETIVOS**

#### **Educativos**

- Optimizar el proceso de enseñanza aprendizaje a partir del establecimiento de una secuencia pedagógica que garantice la incorporación de etapas de reflexión, conceptualización y acción.
- Orientar el desarrollo de capacidades y competencias, mínimas suficientes, no uniformes pero si medibles para el ejercicio profesional.
- Instrumentar los nuevos conceptos del turismo sostenible, a partir de la

Identificación efectiva del objeto de estudio en los programas y contenidos del plan de estudios.

### **Formativos**

- Lograr que el proceso de enseñanza aprendizaje sea orientado por los ideales de Verdad, Belleza y Bondad que posibiliten el desarrollo de la Inteligencia, la Sensibilidad y la Voluntad en el estudiante mediante el ejercicio de la Ciencia, el Arte y las buenas costumbres.
- Promover el ejercicio de la democracia y liderazgo a partir del respeto y ética en todas las acciones educativas.
- Formar ciudadanos socialmente sensibles, capacitados para ejercer sus derechos y cumplir sus obligaciones con solvencia y ética profesional y calidad humana.

### **POLÍTICAS**

En atención al nuevo paradigma en la formación de profesionales en turismo, las exigencias de la dinámica social y económica, el desarrollo científico, tecnológico y los objetivos institucionales, la Carrera de Turismo ha definido las siguientes políticas que guiarán su accionar en el ámbito académico:

- Recategorización del estudio del turismo como disciplina académica.
- Redefinición del objeto de estudio del Turismo para lograr su Identidad epistemológica. "Reconversión de contenidos programáticos en función de un nuevo estilo en el proceso de enseñanza aprendizaje.
- Incorporación de los grados académicos de Técnico Superior, Bachiller en Artes en el Plan de Estudios vigente.
- Definición y actualización de los perfiles profesionales a partir de la nueva conceptualización del estudio del turismo y el objeto de estudio para cada grado académico aprobado.
- Incorporación de ejes centrales articuladores del proceso de formación académica, los que definen el carácter del profesional en turismo: la Investigación para el desarrollo del pensamiento reflexivo y crítico, la práctica profesional para la reafirmación de competencias, y los Idiomas

para la apertura a la tecnología de la comunicación.

- Estructuración del mapa curricular por áreas de conocimiento, con el objetivo de garantizar la secuencia de contenidos programáticos en cada área y establecer la coordinación orgánica tanto en el nivel horizontal como vertical para lograr el desarrollo integral y armónico de los procesos de enseñanza aprendizaje, investigación e interacción social.
- Definición del área Metodológica y de Investigación como eje troncal del Plan de Estudios, con el objetivo de articular, desarrollar y potenciar los procesos de reflexión, crítica y construcción, tanto en las materias como en los programas académicos complementarios.
- Revisión y actualización permanente de los contenidos programáticos, en atención a los avances científicos y tecnológicos, las corrientes turísticas emergentes y los nuevos perfiles profesionales Incorporados.
- Perfeccionamiento y actualización de los métodos de enseñanza a la luz de la nueva conceptualización del turismo y la utilización de todos los medios creados por la tecnología educativa moderna.
- Incorporación de diferentes modalidades de graduación para cada uno de los grados académicos, con el fin de elevar el índice de titulación en la Carrera.
- Establecimiento de un programa de actualización docente, en la visión de que para mejorar la calidad de la educación es necesario considerar que la misma depende de la excelencia y competitividad de los que dirigen el hecho educativo, por tanto es de vital importancia contar con docentes del más alto nivel académico.
- Aprobación del plan de Evaluación académica y administrativa, para ingresar en el proceso de auto evaluación, con el propósito de lograr la acreditación de la Carrera de Turismo en el nivel Internacional por pares académicos.

### **DISEÑO CURRICULAR**

Se fundamenta en la recategorización del estudio del turismo y su objeto de estudio, incorporados en: la misión, objetivos y políticas aprobadas por la Carrera, en

correspondencia con los nuevos conceptos del Turismo que giran en torno a la valoración social, económica y cultural del patrimonio y las relaciones emergentes de su explotación en el marco del desarrollo sostenible.

Busca esencialmente la excelencia, calidad y competitividad en la formación de profesionales en Turismo, en la perspectiva de reflejar el hecho de que se trata de un proceso que es perfectible y que esta sujeto ha ser enriquecido en el camino de la contrastación con la realidad turística.

### **OBJETO DE ESTUDIO**

Es el Patrimonio Turístico concebido como el Recurso imprescindible que hace posible el desarrollo del Turismo, entendido como origen y fin de las relaciones que se establecen entre Estado, Sociedad y Turista, que dan lugar a la formación del **Sistema Turístico** que esta conformado por.

- El Patrimonio Turístico
- El Turista
- Los Organismos Estatales del Turismo, Organismos no Gubernamentales y Empresa Privada
- Las dependencias y entidades de la administración nacional, departamental y municipal, en el ámbito de sus respectivas competencias
- Las personas naturales o jurídicas inscritas en el Registro Nacional de Turismo como Departamentales de Turismo que prestan servicios turísticos.
- Los centros de educativos de capacitación y profesionalización turística.
- Asociaciones gremiales y otras relacionadas a actividades turísticas "Los ciudadanos que directamente o Indirectamente participan en la actividad turística".

### **PERFIL PROFESIONAL DEL LICENCIADO EN TURISMO**

Será un profesional crítico y creativo poseedor de conocimientos y competencias que lo habilitan al desempeño idóneo de funciones dentro del sector turístico y su área de influencia. Será capaz de gestionar, planificar, administrar, promocionar y desarrollar de manera sustentable y competitiva el Patrimonio



Turístico, a través de su contribución en la puesta en valor, preservación y recuperación del Patrimonio Cultural y Natural, acciones que se basan en la valorización de la multi-culturalidad y la bio-diversidad, que resaltan la importancia de la participación y beneficio de las poblaciones en el marco del Desarrollo Sostenible del país.

### **OBJETIVO DE LA PROFESIÓN**

Contribuir al desarrollo del país mediante la Gestión Sostenible del Turismo en sus diferentes ámbitos de acción.

### **TAREAS PROFESIONALES**

Las tareas inherentes al desempeño de su profesión serán:

- Formular políticas, planes, programas y proyectos turísticos en función de la puesta en valor y preservación de la cultura y conservación de la naturaleza
- Identificar, promocionar y gestionar el patrimonio turístico.
- Generar, profundizar y difundir conocimientos que posibilitan el desarrollo del turismo. "Formular políticas e identificar líneas de investigación para el desarrollo turístico.
- Administrar con calidad y competitividad los servicios turísticos tanto en instituciones públicas y empresa privada.
- Planificar, programar, elaborar, ejecutar, controlar y evaluar proyectos multidisciplinarios dirigidos a la conservación, valorización, puesta en valor y gestión del patrimonio turístico actual y potencial.
- Contribuir a la formación de recursos humanos mediante el ejercicio de la docencia y en su práctica profesional habitual. "Planificar, coordinar y dirigir la realización de eventos nacionales e internacionales.

### **PERFIL PROFESIONAL DEL BACHILLER EN ARTES EN TURISMO**

Será un profesional crítico y creativo, poseedor de conocimientos y competencias necesarias para ejercer funciones en educación, capacitación, promoción y mercadeo turísticos, capaz de participar activamente en la prestación de servicios turísticos, buscando calidad y competitividad, en función de la preservación y conservación del patrimonio turístico.

### **OBJETIVO DE LA PROFESIÓN**

Contribuir al desarrollo turístico sostenible del país mediante la educación, capacitación turística, así como de la promoción del Patrimonio Turístico.

### **TAREAS PROFESIONALES**

- Promocionar y ejecutar proyectos educativos y de capacitación turística dirigidos a la conservación, valorización y gestión del patrimonio turístico.
- Participar en la administración de los servicios turísticos tanto en el nivel público como privado.
- Ejecutar estrategias de mercadeo turístico.
- Promover el cumplimiento de la legislación del turismo.
- Promocionar y participar en la realización de eventos nacionales e internacionales.
- Realizar actividades de educación turística para sectores estratégicos de la población y en general para todos los actores que Intervienen directa o Indirectamente en el turismo.
- Participar en programas de formación de recursos humanos mediante el ejercicio de la docencia.
- Realizar investigaciones en el campo turístico.

### **PERFIL PROFESIONAL DEL TÉCNICO SUPERIOR EN TURISMO**

Será un profesional crítico y creativo que posee conocimientos y habilidades para operar con calidad y competitividad en el campo del turismo, capaz de identificar y proponer al mercado nuevos productos turísticos, así como organizar, guiar y operacionalizar circuitos turísticos, en el marco de la preservación y conservación del patrimonio turístico.

### **OBJETIVO DE LA PROFESIÓN**

Contribuir al desarrollo sostenible del país mediante la operativización y facilitación de los servicios turísticos.

### **TAREAS PROFESIONALES**

- Coordinar y operativizar la prestación de servicios turísticos.
- Apoyar y operacionalizar eventos y actividades vinculadas al fomento al

turismo.

- Proponer, ejecutar, operativizar y guiar circuitos, rutas y paquetes turísticos.
- Promover el cumplimiento de la legislación del turismo.
- Promocionar la preservación del patrimonio cultural y la conservación y potenciamiento de los recursos turísticos naturales y recreativos.

### **MAPA CURRICULAR**

Está estructurado por arcos de conocimiento que establecen la secuencia de contenidos y las líneas de coordinación horizontal y vertical en tomo a los tres ejes troncales que definen, su esencia académica.

- Ejes Troncales; Investigación, Práctica Supervisada o Idiomas.
- Áreas de conocimiento: Turística, Financiera, Histórico cultural, Administrativa, Social. Económica. Pedagógica. Matemática.

### **PLAN DE ESTUDIOS**

Se encuentra organizado en 10 semestres académicos, con un total de 41 materias, 3 talleres de investigación, 4 prácticas supervisadas y 6 niveles de idiomas, actividades que se distribuyen en un promedio de 6 (seis) materias por semestre.

La carga horaria esta dosificada en estricta relación con los objetivos y tipo de actividad académica, de la siguiente manera:

• 41 Materias:	16 Hrs. Mes 64 Hrs. Semestre	2624
• 3 Talleres:	32 Hrs. Mes 96 Hrs. Semestre	298
• 4 Prácticas:	32 Hrs. Mes 128 Hrs. Semestre	512
• 1 Idioma:	32 Hrs. Mes 128 Hrs. Semestre	768

El total de carga horaria de acuerdo al grado académico es:

• Licenciatura:	4.282 Hrs.
• Bachiller Superior en Artes:	3.866 Hrs.
• Técnico Superior:	2.846 Hrs.

### **REGLAMENTO DE TRABAJO DIRIGIDO DE LA CARRERA DE TURISMO**

**Artículo 1º.-** De acuerdo a las Resoluciones emanadas en el VIII y IX

Congreso de Universidades y la Resolución del IV Congreso Facultativo, Resolución de Honorable Consejo Universitario de febrero 2000 que define al Trabajo Dirigido como una modalidad de graduación para obtener el título de Licenciatura en Turismo de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, se establece el presente reglamento.

### **3.2 LEY DE TURISMO (LEY N° 2074)**

#### **LEY DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA**

Su análisis se referirá al aspecto ambiental y Patrimonial. Cuenta con 6 títulos 20 capítulos y 56 artículos. Establece que las actividades de fomento turístico, conservación y recuperación del patrimonio son de utilidad e interés público, se dirigirá a potenciar el turismo, aprovechar el patrimonio, crear y restaurar nuevos atractivos, contribuir al bienestar de la población e integrar a las regiones no tradicionales.

#### **Artículo 2°.- IMPORTANCIA DEL TURISMO**

El Turismo es una actividad económicamente estratégica para el desarrollo integral del país. El Turismo receptivo es actividad de exportación fundamental para la generación de divisas.

#### **Artículo 3°.- PRINCIPIOS**

Son principios de la actividad turística:

La participación de la iniciativa privada como pilar fundamental de la dinamización del sector para contribuir al crecimiento económico, a la generación de empleo y al incremento de los ingresos para el país.

La participación y beneficio de las comunidades donde se encuentran los atractivos turísticos para fortalecer el proceso de identidad e integración nacional.

El fomento a la construcción de infraestructura y el mejoramiento de la calidad de los servicios, para garantizar la adecuada satisfacción de los usuarios.

La conservación permanente y uso sostenible del patrimonio cultural y natural del país.

La participación y el beneficio de los pueblos originarios y etnias que integrados a la actividad turística, preserven su identidad cultural y ecosistema.

## **CAPITULO V.- DE LA FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN EN TURISMO**

**Artículo 48.-** El Viceministerio de Turismo en coordinación con el Ministerio de Educación, Prefecturas, Alcaldías Municipales y el sector privado orientará la formación y capacitación permanente de los recursos humanos en diferentes actividades turísticas, en escuelas, instituciones y centros especializados en materia turística. Asimismo, mantendrá una coordinación permanente con las Universidades en sus programas de formación, capacitación y profesionalización turística.

**Artículo 49.-** El Viceministerio de Turismo en coordinación con el Ministerio de Educación, fomentará la capacitación y formación turística en la población escolar a través de programas especiales que se incorporaran en los planes de estudios de la enseñanza básica, intermedia y media en el marco de la Reforma Educativa.

Se otorga la categoría jurídica de Patrimonio Turístico Nacional a los recursos turísticos actuales o potenciales, incluyendo las modalidades de turismo de naturaleza, especialmente el etno-ecoturismo que se desarrolla en tres niveles: áreas protegidas, tierras de propiedad fiscal disponibles y tierras de propiedad privada. El Estado es el encargado de normar las actividades en función de la imagen del país, de la sostenibilidad y de los derechos del turista: son de interés turístico los ecosistemas puesto que proporcionan una ventaja competitiva en el mercado. Para la realización de actividades turísticas se contará con una planificación en coordinación con la Secretaría Nacional de Planificación del Ministerio de Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente, así como de los gobiernos locales.

### **3.3 MARCO NORMATIVO DEL MUNICIPIO DE TIWANAKU**

La Ley Nro. 1551 de Participación Popular pone en marcha el proceso de descentralización efectiva, con la consolidación de Gobiernos municipales en cada sección de provincia, así mismo se establecen los instrumentos que permiten, a la comunidad en su conjunto, participar en decisiones políticas y administrativas referidas centralmente al proceso de redistribución de los recursos asignados (Coparticipación Tributaria, Hipic, Ingresos propios y otros).

Los Gobiernos municipales considerando los recursos asignados, las obligaciones y competencias establecidas, se constituyen en los agentes líderes del

desarrollo de su jurisdicción, debiendo promover en este proceso mecanismos de plena participación de la sociedad.

En este contexto se identifica la planificación participativa como el instrumento que establece una serie de etapas, una de las cuales corresponde a la elaboración del Programa Operativo Anual (POA), que se constituye en un producto de la concertación y priorización de acciones a ejecutarse en el lapso de un año y las cuales son la base del presupuesto anual del Honorable Consejo. La elaboración y consolidación se la realiza de acuerdo a normas y procedimientos técnicos reglamentados por la normativa vigente.

### **3.4 ESTRUCTURAS ORGÁNICAS DEL MUNICIPIO**

Según la información obtenida, la organización histórica del Municipio estaba constituida por Ayllus y Markas, donde las autoridades eran los Mallkus y Jilakatas. Actualmente las organizaciones de representación social existentes son:

#### **3.4.1 SINDICATO**

La organización Sindical Campesina tiene como ente matriz a la Central Agraria, la misma que está constituida por 5 subcentrales y 43 comunidades que tienen como máximo representante a un mallku por cada comunidad.

#### **3.4.2 JUNTA VECINAL**

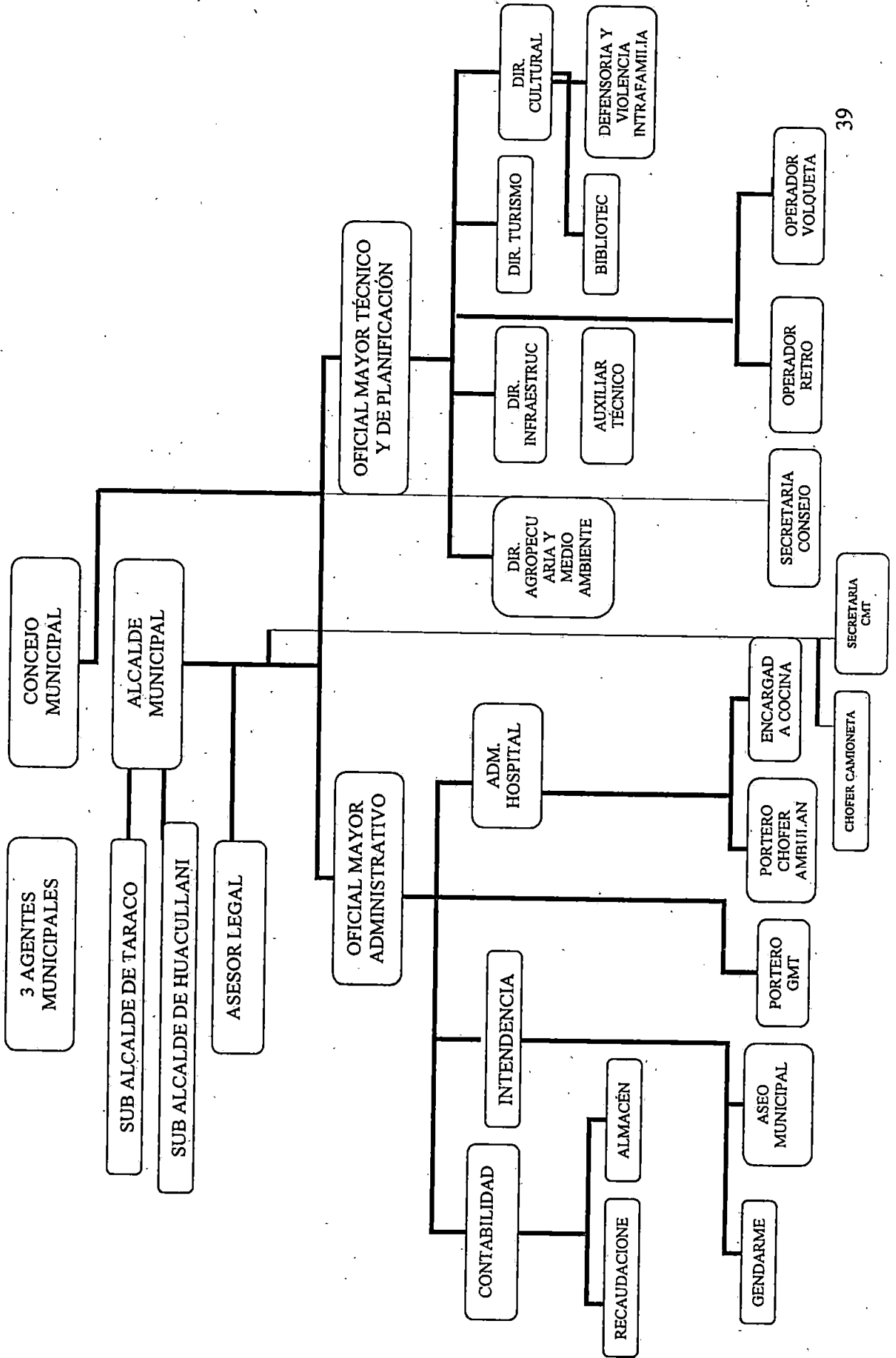
La capital Tiwanaku y los centros poblados de las comunidades, están organizados en Juntas Vecinales, las cuales carecen de una estructura unificadora entre si. Sin embargo, cada Junta Vecinal esta constituida por una directiva a la cabeza de un presidente y otros cargos menores.

#### **3.4.3 ALCALDÍA MUNICIPAL DE TIWANAKU**

La estructura principal de la sección esta constituida por el Gobierno Municipal y Agentes Cantonales (el organigrama del municipio de Tiwanaku se observa en el gráfico 3 – 1

**ESTRUCTURA ORGÁNICA  
DEL GOBIERNO MUNICIPAL  
DE TIWANAKU**

**Gráfico 3-1**



### **3.5 LEY DE MUNICIPALIDADES (LEY 2028)**

La Ley Orgánica de Municipalidades establece el carácter autónomo del Gobierno Municipal y le asigna los deberes de: elevar los niveles de bienestar social y material de la comunidad mediante la ejecución directa o indirecta de servicios y obras públicas de interés común; promover el desarrollo de su jurisdicción territorial a través de la formulación y ejecución de planes, programas y proyectos concordantes con la planificación nacional.

**Artículo 8º (COMPETENCIAS).**- Las competencias del Gobierno Municipal para el cumplimiento de sus fines son los siguientes:

#### **EN MATERIA DE DESARROLLO HUMANO SOSTENIBLE:**

12. Ejecutar planes y programas que permitan eliminar o reducir las causas y efectos de los desastres naturales y provocados por el hombre mediante el establecimiento de mecanismos financieros, educativos y técnicos que fueran necesarios así como coordinar con los órganos nacionales que correspondan para dicho efecto.
13. Promover e incentivar el Turismo en el marco de las políticas y estrategias nacionales departamentales.
14. Fomentar e incentivar las actividades culturales, artísticas y deportivas.

**Artículo 95 (BIENES DEL PATRIMONIO HISTÓRICO CULTURAL Y ARQUITECTÓNICO DE LA NACIÓN).**- Los bienes patrimoniales arqueológicos precolombinos, coloniales, republicanos históricos, ecológicos de culto religioso ya sean de propiedad privada.

**Artículo 148 (OBLIGACIONES).**- Los habitantes del municipio tienen las siguientes obligaciones:

3. Preservar y proteger los ecosistemas y medio ambiente.

### **3.6 LEY DE PARTICIPACIÓN POPULAR LEY 1551 DE 20-IV-1994**

La Ley de Participación Popular establece, para las Organizaciones Territoriales, derechos referidos a proponer, pedir, controlar y supervisar la realización de obras y la prestación de servicios públicos de acuerdo a las necesidades comunitarias en materia de educación, salud, saneamiento básico,



micro riego, caminos vecinales y desarrollo urbano y rural, además otorga deberes para identificar, priorizar, participar y cooperar en la ejecución, administración de obras para el bienestar colectivo y para promover el acceso equitativo de mujer y hombres a niveles de representación.

Delimita como jurisdicción territorial del Gobierno Municipal, la Sección de provincia, amplía competencias e incrementa recursos en favor de los Gobiernos Municipales y les transfiere la infraestructura física de educación y salud, deportes, caminos vecinales y micro riego, con la obligación de administrarla, mantenerla y renovarla.

Se conforman los Comités de Vigilancia con las atribuciones de vigilar que los recursos municipales sean invertidos en la población urbana y rural. Asimismo, define que las Organizaciones No Gubernamentales y otras instituciones privadas de carácter social que desarrollan obras y servicios de competencia municipal deberán, necesariamente, enmarcar sus acciones en las políticas definidas por el Gobierno Municipal de su jurisdicción.

La Ley de Participación Popular, redistribuye el poder económico y político en Bolivia, a través de una mayor democratización de la sociedad, regida hasta el año 1993 por un sistema de exclusión de diverso orden.

La Participación Popular mejora la calidad de vida de los bolivianos a través de la redistribución de los recursos de una manera más equitativa en los 314 municipios en función al número de habitantes de su jurisdicción.

### **3.7 LEY DE DESCENTRALIZACIÓN ADMINISTRATIVA**

La Ley de Descentralización Administrativa es un instrumento que señala como atribuciones del Prefecto del departamento la de formular y ejecutar planes departamentales de desarrollo económico y social de acuerdo a las normas del Sistema Nacional de Planificación y estructurar el marco institucional para la gestión del desarrollo departamental que permita normar y definir las competencias de las instituciones públicas y privadas y de los organismos de cooperación internacional que intervienen en el desarrollo del departamento.

### **3.8 LEY GENERAL DEL MEDIO AMBIENTE (LEY No 1333,27-04-1992)**

Establece la protección y conservación del medio ambiente y los recursos naturales, regulando las acciones del hombre con relación a la naturaleza y promoviendo el desarrollo sostenible, con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la población.

### **3.9 LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO**

Define la conservación del Patrimonio Cultural y Natural inscrita en la Constitución Política del Estado; en los siguientes artículos.

**Artículo 137.-** Los bienes del Patrimonio de la Nación constituyen propiedad pública, inviolable, siendo deber de todo habitante del territorio nacional respetarla y protegerla.

**Artículo 191.-** Los monumentos y objetos arqueológicos son de propiedad del Estado. La riqueza artística precolombina, la arqueología, la historia y documental, así como la procedencia del culto religioso son tesoro cultural de la Nación, están bajo el amparo del Estado y no pueden ser exportados.

**Artículo 136.-** Son dominio originario del Estado, además de los bienes a los que la Ley les da esa calidad, el suelo y el subsuelo con todas sus riquezas naturales las aguas lacustre-fluviales y medicinales, así como los elementos y fuerzas físicas susceptibles a su aprovechamiento.

La Ley establece las condiciones de este dominio, así como las de su concesión y adjudicatarios a los particulares.

### **3.10 LEY DE REFORMA EDUCATIVA**

#### **CAPÍTULO V. DE LA EDUCACIÓN FORMAL EN LOS NIVELES PRE-ESCOLAR, PRIMARIO Y SECUNDARIO**

**Artículo 10.** El nivel pre-escolar de la educación se inicia bajo la responsabilidad del propio hogar.- El Sistema Educativo Nacional tiene el deber de promover la estimulación psicoafectiva-sensorial precoz, el cuidado nutricional y de salud en la vida familiar.

El Estado ofrecerá un curso formal de educación pre-escolar de por lo menos un año de duración, con el objetivo de preparar a los educandos para la educación primaria

**Artículo 12.** El nivel secundario esta compuesto por dos ciclos acordes a los ritmos personales de aprendizaje sin pérdida de año, hasta el logro de los objetivos del nivel.

## **CAPÍTULO VII. DE LA EDUCACIÓN ALTERNATIVA**

**Artículo 24.** La Educación Alternativa estará orientada a completar la formación de las personas y posibilitar el acceso a la educación a los que por razones de edad, condiciones físicas y mentales excepcionales no hubieran iniciado o concluido sus estudios en la Educación Formal.

**Artículo 26.** La Educación se organizará en los núcleos escolares y en cualquier otro ambiente comenzando por la alfabetización de adultos y buscando a su manera los objetivos señalados en la presente Ley para los niveles de la Educación Formal de acuerdo a las experiencias educativas que existen en el país en este campo y a las necesidades locales.

**Artículo 27.** La Educación permanente adopta como su referencia central la realidad de los sectores educativos destinatarios.

Comprende la Educación Comunitaria la educación abierta y los servicios de apoyo comunitario a diversas acciones educativas.

## CAPÍTULO IV



### 4 ENFOQUE PEDAGÓGICO

---

#### INTRODUCCIÓN

El enfoque pedagógico utilizado en el Trabajo Dirigido de la Capacitación Turística en el Municipio de Tiwanaku, se basa en fundamentos del movimiento pedagógico del aprendizaje experiencial o también denominado constructivismo y el sistema de Paulo Freire, que son movimientos innovadores en los procesos de enseñanza- aprendizaje ya que proporciona un enfoque nuevo y revolucionario dentro de los parámetros establecidos en el sistema formal o convencional de la educación.

#### 4.1 CORRIENTES TEÓRICAS DE EDUCACIÓN

##### 4.1.1 POSITIVISMO

Una vez que el romanticismo fue cayendo en su aplicabilidad, en la segunda mitad del siglo XIX, surge la nueva corriente del positivismo. Esta línea de pensamiento tiene como premisas basarse en hechos observables que pudieran ser estudiados a través del método científico. Para el positivismo, el orden, está al servicio del progreso, no se trata de un orden teológico ni metafísico; es un orden concreto, cuya finalidad es el progreso material de las naciones. De este modo, la nación, a fin de alcanzar su identidad, requiere de un sistema educativo nacional al servicio de este proceso de orden y homogeneización.

La necesidad de una sociedad más eficiente, más productiva y ordenada era la que demandaba un sistema educativo. Efectivamente, el dogma positivista es el de derrotar la ignorancia y el oscurantismo a través de la educación.

##### 4.1.2. TEORÍA DEL CONDUCTISMO

Corriente de la psicología que defiende el empleo de procedimientos estrictamente experimentales para estudiar el comportamiento observable (la conducta), considerando el entorno como un conjunto de estímulos-respuesta.

Los psicólogos conductistas encabezados por B. F. Skinner de la Universidad de Harvard tienen un punto de vista objetivo en cuanto al aprendizaje, con base en que el aprendizaje es resultado de un cambio en la conducta observable y la conducta, y por lo tanto el aprendizaje, se modifica por las condiciones del ambiente.

Los componentes de la teoría conductista, o condicionamiento operante, son el estímulo, la respuesta y la consecuencia. El estímulo se puede denominar señal: él provoca la respuesta. La consecuencia de la respuesta puede ser positiva o negativa pero ambas refuerzan la conducta.

#### 4.1.3 TEORÍA DEL CONSTRUCTIVISMO

Amplio cuerpo de teorías que tienen en común la idea de que las personas, tanto individual como colectivamente, "construyen" sus ideas sobre su medio físico, social o cultural. De esa concepción de "construir" el pensamiento surge el término que ampara a todos. Puede denominarse como teoría constructivista, por tanto, toda aquella que entiende que el conocimiento es el resultado de un proceso de construcción o reconstrucción de la realidad que tiene su origen en la interacción entre las personas y el mundo. Por tanto, la idea central reside en que la elaboración del conocimiento constituye una modelización más que una descripción de la realidad.

Para muchos autores, el constructivismo constituye ya un consenso casi generalizado entre los psicólogos, filósofos y educadores. Sin embargo, algunos opinan que tras ese término se esconde una excesiva variedad de matices e interpretaciones que mantienen demasiadas diferencias. De hecho, algunos autores han llegado a hablar de "los constructivismos" (André Giordan), ya que mientras existen versiones del constructivismo que se basan en la idea de "asociación" como eje central del conocimiento (como Robert Gagné o Brunner), otros se centran en las ideas de "asimilación" y "acomodación" (Jean Piaget), o en la importancia de los "puentes o relaciones cognitivas" (David P. Ausubel), en la influencia social sobre el aprendizaje, etc.

01450



Algunos autores han planteado la imposibilidad de obtener consecuencias pedagógicas claras del constructivismo por no ser ésta estrictamente una teoría para la enseñanza; sin embargo, lo cierto es que no es posible comprender las líneas actuales que impulsan la enseñanza moderna sin recurrir a las aportaciones del constructivismo. En España, por ejemplo, la reforma educativa consagrada por la LOGSE se asienta, desde el punto de vista didáctico, en ideas de tipo constructivista, aunque en un sentido muy amplio.

### **Tipos de Constructivismo**

Como sucede con cualquier doctrina o teoría, el constructivismo alberga en su interior una variedad de escuelas y orientaciones que mantienen ciertas diferencias de enfoque y contenido.

El "constructivismo piagetiano", que adopta su nombre de Jean Piaget, es el que sigue más de cerca las aportaciones de ese pedagogo, particularmente aquellas que tienen relación con la epistemología evolutiva, es decir, el conocimiento sobre la forma de construir el pensamiento de acuerdo con las etapas psicoevolutivas de los niños. El constructivismo piagetiano tuvo un momento particularmente influyente durante las décadas de 1960 y 1970, impulsando numerosos proyectos de investigación e innovación educativa. Para Piaget, la idea de la asimilación es clave, ya que la nueva información que llega a una persona es "asimilada" en función de lo que previamente hubiera adquirido. Muchas veces se necesita luego una acomodación de lo aprendido, por lo que debe haber una transformación de los esquemas del pensamiento en función de las nuevas circunstancias.

Por su parte, el "constructivismo humano" surge de las aportaciones de Ausubel sobre el aprendizaje significativo, a los que se añaden las posteriores contribuciones neurobiológicas de Novak.

#### **4.1.4 PAULO FREIRE**

Reducido a su expresión más simple, el sistema de Freire se basa en un proceso educativo totalmente basado en el entorno del estudiante, en asumir que los enseñantes deben entender la realidad en la que viven como parte de su actividad de aprendizaje.

## 4.2 LA EDUCACIÓN

Según la UNICEF, el propósito de la educación del nuevo siglo es:

“Transformarse a sí mismo y a la sociedad para proteger el medio ambiente, trabajar sin discriminación y exclusión de género y desarrollar una conciencia social de solidaridad y servicio hacia las demás personas”.

## 4.3 TIPOS DE EDUCACIÓN

### 4.3.1 EDUCACIÓN FORMAL

O comúnmente denominado como educación tradicional, se inicia con la adquisición sistemática de conocimientos y formación personal integral a partir del proceso enseñanza-aprendizaje en el aula.

### 4.3.2 EDUCACIÓN NO FORMAL

Inicia su proceso didáctico aceptando a las personas como tales, con sus creencias, prejuicios, temores y virtudes, afectos y desafectos, etc. A partir de esa situación se conforma la **Comunidad de Aprendizaje...** La meta final es que los participantes actúen en su vida cotidiana de manera consecuente con los nuevos conocimientos”. Se da en aquéllos contextos en los que, existiendo una intencionalidad educativa y una planificación de las experiencias de enseñanza-aprendizaje, ésta no llega a toda la población. La Educación no Formal ocurre fuera del ámbito de la escolaridad obligatoria. Los cursos de formación de adultos, la enseñanza de actividades de ocio o deporte, son ejemplos de educación no formal.

#### ❖ EDUCACIÓN TRADICIONAL

- Aprender equivale a almacenar información con el fin de repetirla cuando sea necesario (contenidos)
- La actividad de aprendizaje predominante es “la clase”
- La evaluación es un acto en el cual se mide el grado de retención de la información
- Es impersonal
- La comunicación es de una vía

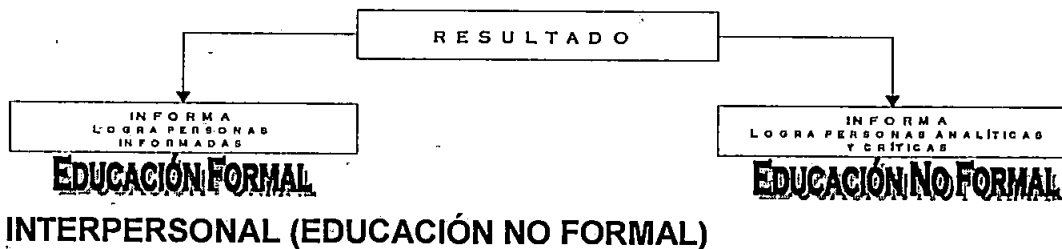
- Los objetivos son formulados en base a las intenciones del profesor: qué es lo que él quiere lograr
- El proceso de enseñanza – aprendizaje se encuentra centrado en el profesor
- La educación está basada en inteligencias puras
- El estudiante es un receptor de información
- La evaluación se realiza bajo el criterio del profesor
- Planificación rígida
- Rutina, repetitiva
- Autoritaria
- Evaluación cuantitativa

#### ❖ **EDUCACIÓN NO FORMAL**

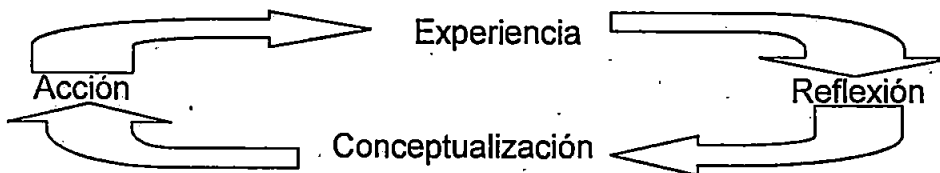
- Aprender equivale a procesar información utilizando los diversos procesos mentales (resultados)
- La actividad educativa es una más de las actividades de aprendizaje (participación activa)
- La evaluación es un proceso que indica si se están logrando los resultados esperados
- Es interpersonal
- La **comunicación** es de **doble vía**
- Los objetivos son formulados en base a los estudiantes: ¿qué deben lograr?
- El centro del proceso enseñanza – aprendizaje es el estudiante
- El facilitador y el estudiante son seres humanos completos con sentimientos, conocimientos y actividades motoras
- El estudiante aprende a pensar y analizar
- La evaluación se realiza con base en el objetivo propuesto, lo que lleva a que el propio estudiante evalúe
- Planificación Flexible
- Práctica, dinámica
- Democrática
- Evaluación cualitativa



### CUADRO COMPARATIVO DE EDUCACIÓN FORMAL Y NO FORMAL



### PROCESO DIDÁCTICO DE LA "MEINF"



- **Experiencia:** conocimiento de los participantes sobre el tema.
- **Reflexión:** Identificación de mitos, creencias, sentimientos, actitudes y prejuicios frente al tema.
- **Conceptualización:** El grupo llega a conclusiones propias que pueden ser aplicadas a su vida.
- **Acción:** Comportamiento final propiamente dicho

### CONCEPTO DE ERROR

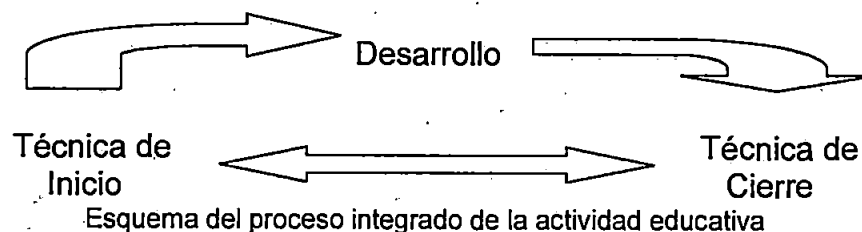
#### TRADICIONAL (EDUCACIÓN FORMAL)

- Se juzga negativamente
- En la sociedad, malo es sinónimo de fracaso

#### INTERPERSONAL (EDUCACIÓN NO FORMAL)

- El error se identifica, vez de juzgarlo se realiza una búsqueda de alternativas
- Esto se convierte en una situación de aprendizaje

### PROCESO DE LA ACTIVIDAD EDUCATIVA



#### **4.4 PRINCIPIOS DE LA EDUCACIÓN NO FORMAL**

Se manejan tres, los cuales son:

- Concepto de Saber
- Concepto de Enseñar
- Concepto de Aprender

##### **4.4.1. CONCEPTO DE SABER**

###### **TRADICIONAL (EDUCACIÓN FORMAL)**

- Capacidad de acumular datos, hechos y fórmulas
- El Saber se ha interpretado como poseer la Verdad

###### **INTERPERSONAL (EDUCACIÓN NO FORMAL)**

- La información es la materia prima, su aplicación es el Saber
- Cuando se aplica tal información para algo, se habla de Saber

##### **4.4.2. CONCEPTO DE ENSEÑAR**

###### **TRADICIONAL (EDUCACIÓN FORMAL)**

- Proceso centrado en el profesor
- Un proceso de una sola vía, informativo y repetitivo

###### **INTERPERSONAL (EDUCACIÓN NO FORMAL)**

- Es aceptar diferentes puntos de vista con un fundamento sólido
- Dar el ejemplo de autoevaluación, actualización, etc.

##### **4.4.3. CONCEPTO DE APRENDER**

###### **TRADICIONAL (EDUCACIÓN FORMAL)**

- Un proceso de recibir información sin interacción
- El estudiante es pasivo y mentalmente dependiente del profesor

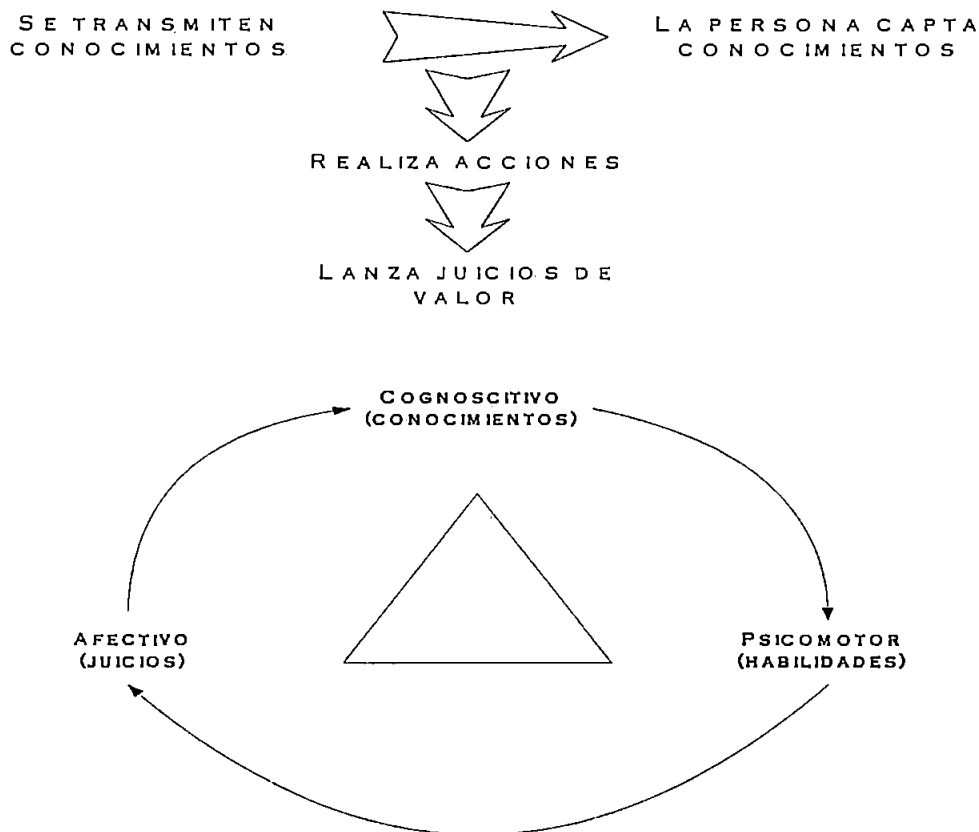
###### **INTERPERSONAL (EDUCACIÓN NO FORMAL)**

- Es informarse y formarse
- Relacionar toda información y manejarla de acuerdo a la propia realidad.  
Punto de referencia para nuevos aprendizajes.

#### 4.4.4. ÁREAS DEL PROCESO ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

- **Cognoscitiva:** De los conocimientos, correspondiendo a lo que el individuo sabe
- **Psicomotor:** De las habilidades, correspondiendo a lo que el individuo hace
- **Afectiva:** Del desarrollo de valores, corresponde a lo que el individuo siente

#### ÁREAS DEL PROCESO ENSEÑANZA - APRENDIZAJE



#### CONCLUSIÓN

La Educación no Formal en Bolivia surge como una forma alternativa a la educación tradicional que remedia la burocratización extrema de la escuela y 'obvia' la sistematización propia de la educación **formal** para atender las necesidades de las personas de menores ingresos.

## CAPÍTULO V

### 5 MARCO CONCEPTUAL



#### INTRODUCCIÓN

El marco conceptual de la Capacitación Turística en el Municipio de Tiwanaku, se basa en fundamentos teóricos extraídos de antecedentes históricos, científicos y culturales (legendarios - esotéricos) y otros.

#### 5.1 CONCEPTUALIZACIONES Y DEFINICIONES

##### 5.1.1. CONCEPTO DE EDUCACIÓN

“Educación es el proceso constante de formación integral de la persona humana en la sociedad, dicha formación se inicia en el hogar, la escuela tiene la misión de continuar, sistematizar y ampliar dicho proceso, que se prolonga a lo largo de toda la vida del ser humano”.<sup>1</sup>

La Educación como proceso influye en la formación del sujeto que permite ampliar los conocimientos, y desarrollar las capacidades, como instrumento de apoyo para solucionar problemas.

##### 5.1.2. DEFINICIONES DE EDUCACIÓN

- Lorenzo Luzuriaga “La educación es un hecho inherente a la persona humana, no es direccional, sino inevitable; quiera o no en el hombre “La educación es una actividad que tiene por fin formar, dirigir o desarrollar la vida humana para que éste llegue a su plenitud”.
- Kant “Únicamente por la educación el hombre llega a ser hombre, no es si no lo que la educación lo hace”.
- Platón que dice que “La educación consiste en dar cuerpo y alma a toda la belleza y perfección de que son susceptibles”.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Corrientes Pedagógicas y Modelos Pedagógicos, Lic. Betty Barron A. y Lic. Emilio Oros M.

<sup>2</sup> Heinich, Roberh “Tecnología y Administración de la Enseñanza”

### 5.1.3. DEFINICIÓN DE METODOLOGÍA

“La palabra métodos proviene del griego métodos = camino hacia algo, el camino proceso que la actividad en cuestión ha de seguir para alcanzar su objetivo”.<sup>3</sup>

“Método es la acción encaminada al logro de un objetivo metodológico a través del correspondiente sistema de procedimientos y medios que emplea la persona para la consecución de ese objetivo”<sup>4</sup>

### 5.1.4. DEFINICIÓN DE TALLER

“La palabra taller proviene del francés atelier, y significa estudio, obrados, obraje, oficina, etc. También define una escuela, seminario a donde asisten los estudiantes”<sup>5</sup>

“El taller de capacitación es otro estilo de relación entre el capacitador y el participante o entre el orientador popular y la comunidad en el ámbito de la educación popular en la cual, el taller es también un valioso instrumento de aprendizaje y desarrollo como también dicen: Ayjwin de Berros y Gessis Bustes (1977), el taller es una relación compleja que si bien privilegia al aspecto trabajo de terreno complementando así los cursos teóricos debe integrar en un solo esfuerzo tres instancias básicas que son:

- El servicio en el terreno
- Proceso metodológico
- La relación teórica práctica”<sup>6</sup>

### 5.1.5. DEFINICIÓN DE DINÁMICA

“La dinámica de grupo es el estudio de las fuerzas ejercidas por grupo, así pues, la dinámica de grupo es importante literalmente en casi todos los momentos de nuestra vida”<sup>7</sup>

---

<sup>3</sup> Mejía, Ibañes Raúl L. “Metodología de la investigación”; Ed. Acuario S.R.L., La Paz – Bolivia, 1999, pág. 29

<sup>4</sup> Mejía, Ibañes Raúl L. “Metodología de la investigación”; Ed. Acuario S.R.L., La Paz – Bolivia, 1999, pág. 29

<sup>5</sup> Moliner María. “Diccionario de uso del español”; Ed. Grados Madrid 1983.

<sup>6</sup> Maya Belancourt Arrobio; “El taller educativo ¿qué es?, fundamentos como organizarlo dirigirlo, y como evaluarlo. Edit. Magisterio, Bogotá – Colombia, 1996, pág. 15 y 16.

<sup>7</sup> Reever Elton T.; “La dinámica del comportamiento de grupo”. Edit. Técnica S.A., Mexico, 1971.

Según Gustavo F.J. Cirigliano y Anival Villaverde: "La dinámica de grupo se ocupa de la conducta de los grupos como un todo y de las variaciones de la conducta individual de sus miembros como tales de las relaciones entre los grupos, de formular leyes, principios y de derivar técnicas que aumenta la eficiencia de los grupos".

#### 5.1.6. DEFINICIÓN DE CAPACITACIÓN

En el concepto tradicional de capacitación a nivel de la actividad social y la empresa, ésta se concibe como "un medio que proporciona al individuo los conocimientos necesarios que le permitan desempeñarse con mayor eficacia y eficiencia en su puesto de trabajo y prepararse para asumir responsabilidades de mayor envergadura"<sup>8</sup>

"La capacitación como "red de ayuda" supone la asesoría técnica, la dotación de materiales de lectura, didácticos y otros, el intercambio continuo de experiencias, la otorgación de oportunidades para profundizar estudios, etc."<sup>9</sup>

#### 5.1.7 DEFINICIONES DE TURISMO

- Turismo podría definirse como: "El Movimiento temporal de personas hacia destinos fuera de su lugar habitual de residencia, las actividades que realizan durante el viaje, los servicios que reciben en base a un precio y los equipamientos creados para dar respuesta a sus necesidades."<sup>10</sup>
- Se lo define también: como el "conjunto de traslados temporales de personas, originados por necesidades de reposo, de cura, espirituales o intelectuales".
- "El turismo es un fenómeno de gran trascendencia e importancia en el ámbito mundial que produce como toda actividad, efectos positivos y negativos en los ambientes donde se desarrolla, ya sean naturales o urbanos, es un generador de divisas y produce un importante movimiento de

---

<sup>8</sup> Jesús Mesa Orama, Lic en Física, Especialista en Sistemas Digitales y Microelectrónica, Master en Economía y Diplomado en Marketing y Negociación, Especialista de Normas y Procedimientos, Sociedad HAVANATUR, Corporación CIMEX S.A.  
www. Ecurso.net

<sup>9</sup> DIFEM, Proyecto de Reforma Educativa de 1990 La Paz - Bolivia

<sup>10</sup> Manual de Gestión Turística a Nivel Local, Viceministerio de Turismo, pág. 9

personas entre las que se incluye a los turistas y a los prestadores de servicios".<sup>11</sup>

### 5.1.8 DEFINICIONES DE TURISTA

- Según la Convención sobre Facilidades Aduaneras para el Turismo in. Novo G. (1977): "Turista es la persona que ingresa a un territorio distinto al de su lugar de origen por un período de veinticuatro horas mínimo y seis meses máximo, con fines de recreo, deporte, salud, estudio, religión o negocios, sin propósito de inmigración"
- El mismo autor menciona, a los Congresos Interamericanos de Turismo, en los que se afirma que: "Turista es la persona que permanece en un lugar donde no se encuentra su residencia e invierte dinero que no proviene del mismo".
- De acuerdo a la OMT, 1994 in Crosby A. y Moreda A. (1996), las personas que viajan se dividen en:
  - Viajero:** Persona que visita dos o más países o lugares de su país.
  - Visitante:** Incluye a los viajeros relacionados con turismo, se dividen en:
    - Internacionales:** Viajan no más de un año sin fines de lucro y, requieren los servicios de alojamiento de una noche en el lugar de destino.
    - Internos:** Viajan no mas de un año dentro de su país y no dejan de realizar actividades lucrativas, se incluye a los turistas y excursionistas.
- "El turista es el elemento dinámico de ésta actividad, es la persona que se traslada de un lugar a otro motivado por diferentes circunstancias y que genera un sin fin de relaciones en los lugares a los que acude, ya que se habilitan servicios, atractivos y facilidades turísticas a fin de que sean aprovechadas y disfrutadas por éste de manera que satisfagan sus necesidades y por lo tanto, se produzca estadías más prolongadas, generación de divisas y demás".<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Morgenron in. Fuste Fernández, Luis; "Teoría y Técnicas del Turismo"

<sup>12</sup> Elaboración Propia

- “El turista es por demás esencial, es por ello que sin una debida atención a sus requerimientos no es posible satisfacerlo lo que produce la pérdida del cliente, es por ese motivo que se debe contar con un personal capacitado, con destinos planificados y con todas las facilidades requeridas a fin de lograr una experiencia turística satisfactoria y a la vez una promoción indirecta para el lugar destino, beneficiándose así el turista, el lugar y los prestadores de servicios”.<sup>13</sup>

### 5.1.9 DEFINICIONES DE DESARROLLO SOSTENIBLE

- “En “nuestro futuro común” el desarrollo sustentable es aquel que permite asegurar que las necesidades actuales se satisfagan sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades”.<sup>14</sup>
- “El desarrollo sustentable no se refiere a un estado de armonía estable e inmutable sino a un constante proceso de cambio en el cual la explotación de los recursos naturales, la dirección de inversión y del progreso científico tecnológico estén encaminados a la satisfacción de las necesidades sociales presentes y futuras”.<sup>15</sup>
- “Se dice que en un principio el desarrollo sostenible era considerado como simplemente medio-ambientalista, pero con el paso del tiempo, el mundo entero ha ido comprendiendo que la supervivencia humana y del planeta depende de nuestra relación con la naturaleza”.<sup>16</sup>

### 5.1.10 DEFINICIONES DE TURISMO SOSTENIBLE

El significado del “Turismo Sostenible” viene del concepto “Desarrollo Sostenible” y, lo sostenible se considera, hoy en día, básico e indispensable para cualquier área del desarrollo económico en nuestro país.

---

<sup>13</sup> Elaboración Propia

<sup>14</sup> Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo de 1989

<sup>15</sup> Ministerio de Desarrollo Sostenible y Planificación, Capacitación de Asesores Pedagógicos en Educación para el Desarrollo Sostenible

<sup>16</sup> Carranza Gutiérrez Gabriel E., “Destrucción del Medio Ambiente atenta el Panorama Ecológico y Ambiental de Bolivia, Periódico El Diario, agosto 30, 2000.



- Sostenibilidad significa: "Compatibilizar la búsqueda del desarrollo con la necesidad de conservar el patrimonio y los atractivos disponibles para el turismo".<sup>17</sup>
- A partir de aquí es posible definir el Turismo Sostenible, como: "Un proceso de desarrollo económico, progreso social y cultural, que se produce en armonía con la naturaleza; su ambiente o entorno (áreas urbanas o rurales), ajustándose a las necesidades presentes pero conservando los mismos recursos turísticos para el futuro."<sup>18</sup>

#### 5.1.11 DEFINICIONES DE ATRACTIVO TURÍSTICO

- "Es todo lugar que por sus características naturales o culturales de interés turístico motivan al turista a que visite y conozca dichos lugares"<sup>19</sup>.
- "Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo solo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motivan al viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él. Los atractivos turísticos nada valen sobre el mercado si ni son puestos en valor y explotados y como los naturales, hay casos en que los atractivos turísticos son perecederos y un renovables. Estos atractivos están conformados por los atractivos naturales, artificiales y humanos, este último quizá el más importante de los dos porque muestran la hospitalidad que dan al turista, donde tiene que ser muy buena".<sup>20</sup>
- "El espacio turístico está compuesto por el conjunto de atractivos y la planta turística, ambos satisfacen determinadas necesidades de los visitantes según la motivación de su viaje y pueden tener distintos usos de acuerdo a sus potencialidades de aprovechamiento, las cuales varían de acuerdo a los recursos, materiales, humanos y económicos disponibles, así como de las características del entorno en el que se encuentran".<sup>21</sup>

---

<sup>17</sup> Manual de Gestión Turística a Nivel Local, Viceministerio de Turismo

<sup>18</sup> Viceministerio de Turismo, Manual de Gestión Turística a Nivel Local, Pág. 25.

<sup>19</sup> Viceministerio de Turismo, Pág. 177

<sup>20</sup> Producto Turístico aplicación de la Estadística y Muestreo para su Diseño, Edit. Trillas S.A.

<sup>21</sup> Manual de Gestión Turística a Nivel Local, Viceministerio de Turismo

### 5.1.12 DEFINICIONES DE TIPOS DE RECURSOS O ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Se entiende por recursos turísticos a los atractivos de tipo natural, cultural, histórico o monumental que definen nuestra identidad como país.

- Recursos o Atractivos Naturales: "Son los que están referidos a las condiciones ambientales y físicas de un lugar, como: montañas, altiplano, selva, bosques, paisajes, lagos, ríos, cuevas, fauna, flora, clima, etc."<sup>22</sup>
- Recursos o Atractivos Culturales: "Son la herencia de un pueblo, sus tradiciones y costumbres típicas, como por ejemplo: la artesanía, la gastronomía, el folklore, y diferentes manifestaciones artísticas como la pintura, la música o la literatura".<sup>23</sup>
- Recursos o Atractivos Históricos y Monumentales: "Son las construcciones de valor artístico e histórico y, también, las huellas de la memoria de los pueblos. Por ejemplo, ciudades, edificios, arquitectura local, arqueología, sitios o rutas con un significado especial (religioso, simbólico, histórico)".<sup>24</sup>

### 5.1.13 DEFINICIONES DE SERVICIO TURÍSTICO

- "Los servicios turísticos son los que están relacionados de manera muy estrecha con la actividad turística, ya que sin ellos sería imposible satisfacer las necesidades del turista. Estos servicios se clasifican en: básicos y complementarios".
- Servicios básicos: "Son aquellos servicios que necesariamente deben existir para que se desarrolle la actividad turística, como ser: transporte, hospedaje, alimentación e infraestructura".
- Servicios complementarios: "Son aquellos que complementan a los servicios básicos, así por ejemplo: agencias de viajes, peñas folklóricas, tiendas de artesanía, comercio, servicios bancarios, seguridad, asociaciones deportivas, etc."

---

<sup>22</sup> Manual de Gestión Turística a Nivel Local, Viceministerio de Turismo

<sup>23</sup> Idem.

<sup>24</sup> Idem.

#### 5.1.14 DEFINICIONES DE HOSPEDAJE

- "El servicio de hospedaje le satisface al turista una necesidad básica. Por el grado de asociación que con el desplazamiento turístico se lo considera como una unidad de servicio turístico"<sup>25</sup>.
- "Es un establecimiento público destinado a proporcionar hospedaje y/o alimentación y servicios complementarios al turista mediante el pago de una tarifa determinada".<sup>26</sup>

#### 5.1.15 DEFINICIONES DE CALIDAD DE SERVICIOS

- "La calidad significa mejorar la opinión del cliente en las acciones de contacto más cotidianas y directas".
- "La calidad, entendida como una nueva forma de atender al cliente, se muestra ahora como un elemento necesario para la propia supervivencia de la empresa turística".
- "Calidad es el atributo o propiedad que distingue a las personas, a bienes y servicios. Esta distinción implica nivel de excelencia, pero algo excelente no es algo caro y lujoso sino adecuado para su uso."<sup>27</sup>

#### 5.1.16 DEFINICIÓN DE RELACIONES HUMANAS

"Las relaciones humanas son las que nos enseñan a tratar con las personas que nos rodean, ya sea en el trabajo, en la familia o con los amigos que tratamos a diario, para convivir dentro de un marco de respeto y ayuda recíproca".

#### 5.1.17 DEFINICIONES DE CULTURA

- "La cultura es, la herencia de un pueblo que se transmite de generación en generación con sus costumbres y tradiciones típicas como por ejemplo: la artesanía, la gastronomía y diferentes manifestaciones artísticas, como la pintura, música o literatura".
- "Cultura, conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social en

---

<sup>25</sup> Manuel Ramírez Blanco, Teoría General del Turismo, Pág. 55

<sup>26</sup> Concienciación Turística; Alfredo Mireles, Pág. s/n

<sup>27</sup> Ruben Rico, ¿Qué es Calidad?

un periodo determinado. El término 'cultura' engloba además modos de vida, ceremonias, arte, invenciones, tecnología, sistemas de valores, derechos fundamentales del ser humano, tradiciones y creencias. A través de la cultura se expresa el hombre, toma conciencia de sí mismo, cuestiona sus realizaciones, busca nuevos significados y crea obras que trascienden".<sup>28</sup>

- "Cultura, es definida como el conocimiento adquirido, que las personas utilizan para interpretar sus experiencias y generar sus comportamientos"<sup>29</sup>.

#### **5.1.18 DEFINICIÓN DE COSTUMBRE Y TRADICIÓN**

- Costumbre: "Es cuando se realiza una actividad comúnmente, también se la denomina un hábito, es decir, la facilidad de aprender una acción por la contante practica donde se llega a convertir en una fuerza de ley".
- Tradición: "Es la transmisión de costumbres, enseñanzas, noticias de hechos históricos, etc. Estos van de generación dentro de la cultura de una sociedad ya sea de un país, ciudad o pueblo".

#### **5.1.19 DEFINICIÓN DE ARTESANÍA**

"La artesanía es el arte de elaborar o hacer productos de manera manual o con las manos".

#### **5.1.20 DEFINICIÓN DE CERÁMICA**

La definición de cerámica, según el diccionario de la lengua española, es un conjunto de objetos de barro seco o cocido, loza y porcelana. Sin embargo, la definición de cerámica en Ciencia e Ingeniería de Materiales es mucho más amplia que solamente los aluminosilicatos (barro, porcelana, etc.). Hoy se conoce que la mayoría de las cerámicas de importancia comercial son compuestos químicos de al menos un elemento metálico y uno de los cinco (5) elementos no metálicos, carbono (C), nitrógeno (N), oxígeno (O), fósforo (P), o azufre (S); tales como: óxido de

---

<sup>28</sup> Enciclopedia En carta 2003

<sup>29</sup> Sprdley & McCurdy 1975

aluminio (Al<sub>2</sub>O<sub>3</sub>), óxido de magnesio (MgO), carburo de titanio (TiC), nitrato de silicio (Si<sub>3</sub>N<sub>4</sub>), entre muchísimos otros.

#### 5.1.21 DEFINICIONES DE MEDIO AMBIENTE

- "Medio ambiente es todo lo que nos rodea, como ser: aire, agua, tierra, animales y plantas".
- "Es el conjunto de los factores físicos, químicos y biológicos que rodean a un organismo, influenciándose mutuamente.

**Medio:** Es todo aquello que rodea al organismo.

**Ambiente:** Es el conjunto de elementos que interactúan en un espacio y tiempo determinado.

**Sustrato:** Es el lugar en el que se desarrolla un organismo.<sup>30</sup>

- "Comprende todos los factores no vivos (abióticos) y vivos (bióticos), que determinan la existencia de un organismo. Los factores abióticos pueden ser naturales (suelo, agua, atmósfera), o energéticos pueden ser (energía solar, viento, ruido). Los factores bióticos son otros organismos vivos que comparten el mismo medio ambiente, es decir, los microorganismos, las plantas, los animales y el hombre".<sup>31</sup>

#### 5.1.22 DEFINICIONES DE ECOLOGÍA

- La ecología es la ciencia que estudia las interacciones entre los seres vivos y las relaciones de éstos con el medio natural en que habitan. La palabra "ecología" fue acuñada en 1.869 por el biólogo alemán Ernest Hackel, para designar una disciplina que estudia las relaciones entre el hombre y el medio ambiente. Etimológicamente proviene del griego "oikos" que significa "casa o lugar donde se habita" y "logos", cuyo significado es "ciencia, tratado o estudio". También se entiende a la ecología como la "economía de la naturaleza".<sup>32</sup> Morales C. (1988), amplía este concepto indicando que la ecología estudia las relaciones entre los elementos vivos, su ambiente, la

---

<sup>30</sup> Ecología; Adrián González, pág. s/n

<sup>31</sup> Perfil ambiental de Bolivia; Brockman C.

<sup>32</sup> Petróleo y Medio Ambiente "LIDEMA", Crisoforo Gutiérrez Duran, Pág. 24

distribución y uso de materia y energía a fin de satisfacer las distintas necesidades que se presentan.

- "Es el estudio de la relación entre los organismos y su medio ambiente y biológico. El medio ambiente físico incluye la luz y el calor o radiación solar, la humedad, el viento, el oxígeno, el dióxido de carbono y los nutrientes de suelo, el agua y la atmósfera. El medio ambiente biológico está formado por los organismos vivos, principalmente plantas y animales".<sup>33</sup>

### 5.1.23 DEFINICIONES DE CONTAMINACIÓN

- "Se entiende por contaminación al proceso de alteración de las características del agua, la tierra y la atmósfera a resultar de la presencia de uno o varios agentes generados por las actividades del hombre o por la propia naturaleza".<sup>34</sup>
- "Todo cambio indeseable en las características del aire, el agua, el suelo o, los alimentos que afectan nocivamente la salud, la sobrevivencia o las actividades de los humanos u otros organismos vivos, se llama contaminación".<sup>35</sup>
- Contaminación ambiental, "es la alteración desfavorable de nuestro entorno, como subproductos total (o en gran parte) de las actividades humanas y a través de los efectos directos o indirectos que se derivan de los cambios en la distribución de la energía, los niveles de radiación, la constitución química y física y la abundancia de los organismos".<sup>36</sup>
- Contaminación ambiental, "no existe un concepto científico de contaminación, sin embargo es necesario describirlo para acercarlo a lo que iría su definición. Contaminación es un concepto legal referido a aquellos que provocan que un medio resulte inapropiado para un determinado uso".<sup>37</sup>

---

<sup>33</sup> Ecología, Naturaleza y Medio Ambiente. De La Junta de Castilla, [www. Leiden.es/ecologia/](http://www.Leiden.es/ecologia/)

<sup>34</sup> Turismo y Ecología; Sergio Molina

<sup>35</sup> Ecología y Medio Ambiente; G. Tyler Miller, Jr.

<sup>36</sup> Ecología; Margolef Ramon

<sup>37</sup> Concepto de Ecología, Eduard J.

#### 5.1.24 DEFINICIONES DE ECOSISTEMA

- “Llamamos ecosistema al conjunto de factores bióticos que son los que están conformados por las plantas, animales y microorganismos que habitan una zona determinada y el medio ambiente en que viven con todos los factores abióticos que conforman los suelos, agua, clima, etc.”
- El botánico A. Tansley en 1935, introdujo el término ecosistema y lo definió como “un sistema total que incluye no sólo a los complejos orgánicos sino también al complejo total de factores que constituyen lo que llamamos medio ambiente”<sup>38</sup>.
- Para estudiar la naturaleza se presenta una división cuyo aspecto global es el ecosistema, que es un sistema natural en constante equilibrio y dinamismo; para que exista dicho equilibrio se incluyen los factores vivos (bióticos) y no vivos (abióticos), ya que en un sistema, sus componentes trabajan en conjunto y por lo tanto todos ellos se influyen entre sí, lo que produce reacciones variadas y de distinto grado, tiene capacidad de autorregulación y de intercambiar materia con otros ecosistemas.

#### 5.1.25 DEFINICIÓN DE RECURSOS NATURALES

“Los recursos naturales son aquellos elementos de la naturaleza que el hombre utiliza para satisfacer sus necesidades (alimentos, combustibles, vivienda, vestimenta y se los clasifica en recursos naturales no renovables y renovables)”<sup>39</sup>.

#### 5.1.26 DEFINICIONES DE RECICLAJE

- “Utilizar técnicas que ayudan a recuperar los desechos de la basura, para reintroducirlos en el ciclo de producción del que provienen”.<sup>40</sup>
- “Someter un material usado a un proceso para que se pueda volver a utilizar”.<sup>41</sup>

---

<sup>38</sup>Tansley A. In Herrera Koerner, Ingrid Niñón, Morales Villegas, Francisco Javier, FACTORES AMBIENTALES Y RECURSOS COMPARTIDOS”, Editorial trillas, 1995, Primera Reimpresión, México, pagina 49.

<sup>39</sup> Ministerio de Desarrollo Sostenible y Planificación, “capacitación de Asesores Pedagógicos en Educación para el Desarrollo Sostenible Pág.49

<sup>40</sup> Diccionario Enciclopédico Ilustrado. Edit. Cultura S.A.

<sup>41</sup> Enciclopedia Encarta 2002

- “Someter repetidamente una materia a un mismo ciclo, para ampliar o incrementar los efectos de éste”.<sup>42</sup>

#### 5.1.27 DEFINICIÓN DE BASURA

“Inmundicia, suciedad, y especialmente la que se recoge barriendo. Desecho, residuos de comida, papeles y trapos viejos, trozos de cosas rotas y otros desperdicios”.<sup>43</sup>

#### 5.1.28 DEFINICIÓN DE PRODUCCIÓN

“Es la acción de producir algo, también se podría decir que es la actividad mediante la cual determinados bienes se transforman en otros de mayor utilidad.”

#### 5.1.29 DEFINICIONES DE PROMOCIÓN

- “Es la técnica destinada a aumentar la cantidad de negocios de una empresa mediante la acción propia de la red o canales de distribución”.
- “La promoción comprende todos los instrumentos de la combinación de marketing cuya función principal es la comunicación persuasiva.”<sup>44</sup>
- “Promoción, parte del proceso de marketing utilizado para incentivar al comprador potencial. Las rebajas, la publicidad y la promoción de ventas son las principales técnicas utilizadas para la comercialización de productos. La promoción se realiza mediante el contacto directo entre vendedor y el comprador (Oferta y Demanda)”<sup>45</sup>

#### 5.1.30 DEFINICIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

“Producto turístico es el que está constituido por los atractivos, las facilidades y la accesibilidad, los tres aspectos que en la actualidad integran el producto turístico”.<sup>46</sup>

---

<sup>42</sup> Idem.

<sup>43</sup> Idem.

<sup>44</sup> Philip Kotler, Dirección de Mercadotecnia, Editorial Diana, Mexico, 1974, pág. 797

<sup>45</sup> Biblioteca de Consulta Microsoft Encarta 2004

<sup>46</sup> Manual de Gestión Turística a Nivel Local, Viceministerio de Turismo



### 5.1.31 DEFINICIONES DE COMERCIALIZACIÓN

- La Comercialización: "Es la relación entre clientes y productores, con el propósito de vender un producto"<sup>47</sup>
- "Comercialización, en mercadeo, planificación y control de los bienes y servicios para favorecer el desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requeridos, garantizando así una venta rentable. Para el responsable de este proceso, la comercialización abarca tanto la planificación de la producción como la gestión. Para el mayorista y para el minorista implica la selección de aquellos productos que desean los consumidores. El correcto emplazamiento del producto, en el momento adecuado, es relevante en grado sumo cuando se trata de bienes que están de moda, de bienes temporales, y de productos nuevos cuya tasa de venta es muy variable. El precio se suele fijar de tal manera que el bien se pueda vender rápido, y con una tasa de beneficios satisfactoria. La cantidad producida tiene que ser la suficiente como para satisfacer a toda la demanda potencial, pero tampoco debe resultar excesiva, evitando la reducción forzosa del precio con el fin de incrementar las ventas y aminorar el nivel de existencias."<sup>48</sup>

### 5.1.32 DEFINICIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS

"Las relaciones públicas son utilizadas por las organizaciones para establecer comunicación y mantener sanas y productivas relaciones con el público interno, que representan los administradores y empleados; y con el público externo conformado por gente de afuera, o sea por el público en general. La función de las relaciones públicas en el mercadeo, es producir una imagen favorable, de tal manera que facilite las actividades de comercialización y ventas de la oferta turística del país o destino turístico".<sup>49</sup>

---

<sup>47</sup> Manual de Gestión Turística a Nivel local, Viceministerio de Turismo, pág. 187

<sup>48</sup> Biblioteca de Consulta Microsoft Encarta 2004

<sup>49</sup> Manual del Informador, Secretaría Nacional de Turismo 1997

### 5.1.33 DEFINICIÓN DE MUNICIPIO

"Es la unidad territorial, política y administrativamente organizada, en la jurisdicción y con los habitantes de la Sección de Provincia base del ordenamiento territorial del Estado Unitario y democrático boliviano. El Municipio comprende: territorio, población y gobierno".<sup>50</sup>

### 5.1.34 DEFINICIÓN DE MUNICIPIO TURÍSTICO

- "Es aquel donde se encuentran atractivos de incalculable valor turístico, ya que los mismos no pueden ser trasladados a otros sitios y es por esta razón que los turistas se desplazan a estos lugares para consumir su entorno, sus recursos turísticos, sus servicios e infraestructuras públicas, los establecimientos turísticos y generales, su cultura y su gente. Todos estos factores hacen que se constituya en un municipio turístico".

Actualmente con la Ley 2074 los municipios de Bolivia pueden acceder a la Declaratoria de "Zonas Prioritarias de Desarrollo Turístico", para que posteriormente puedan formar Municipios Turísticos si se lo proponen.

### 5.1.35 DEFINICIÓN DE GOBIERNO MUNICIPAL

"Instancia autónoma del Estado, con potestad normativa, ejecutiva, administrativa y técnica en el ámbito de su jurisdicción y competencia. El gobierno municipal esta a cargo de un Consejo y un Alcalde, cuyo mandato dura un período de cinco años".<sup>51</sup>

### 5.1.36 DEFINICIONES DE GESTIÓN

- "La Gestión es la última etapa del proceso de planificación y la que da verdadero sentido al esfuerzo realizado, pues lleva el proceso de desarrollo turístico del plano teórico a lo real."<sup>52</sup>
- "La gestión es la capacidad de hacer que todo funcione, y funcione bien".

---

<sup>50</sup> Ciclo de Gestión Municipal Participativa, volumen 2, tomo I Guía para el facilitador, pág. 177

<sup>51</sup> Ciclo de Gestión Municipal Participativa, volumen 2, tomo I Guía para el facilitador, pág. 176

<sup>52</sup> Manual de Gestión Turística a Nivel Local, Viceministerio de Turismo, pág. 76

- “Conjunto de acciones de planificación, organización, ejecución y control, mediante las cuales la Sociedad Civil, las organizaciones, instituciones y entidades tienden a cumplir su misión, sus objetivos, sus metas y propósitos. Espacio de tiempo coincidente con la gestión fiscal gubernamental (1año)”.<sup>53</sup>

#### **5.1.37 DEFINICIÓN DE GESTIÓN MUNICIPAL**

“Conjunto de acciones de planificación, organización, ejecución y control, mediante las cuales el gobierno municipal tiende a cumplir objetivos y metas, en el ámbito de su jurisdicción y competencias”.<sup>54</sup>

#### **5.1.38 DEFINICIÓN DE GESTIÓN MUNICIPAL PARTICIPATIVA**

“Acciones de planificación, ejecución y control en las que intervienen los actores del municipio, asumiendo co-responsabilidad en los consensos acuerdos y decisiones referidos al desarrollo humano sostenible.”<sup>55</sup>

---

<sup>53</sup> Ciclo de Gestión Municipal Participativa, volumen 2, tomo I Guía para el facilitador, pág. 175

<sup>54</sup> Idem

<sup>55</sup> Idem.

## CAPÍTULO VI

### 6 DESARROLLO DE LA CAPACITACIÓN TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE TIWANAKU POR ETAPA APLICANDO LA METODOLOGÍA

---



El proceso de la Capacitación Turística, es una corriente continua de hechos, interacciones, coordinación, etc. Para un mejor entendimiento, se divide en etapas, las cuales se desarrollan de acuerdo al lugar, tiempo y circunstancias.

#### 6.1 PRIMERA ETAPA: ESTUDIO EXPLORATORIO DEL LUGAR

Después de la aprobación del perfil del trabajo dirigido en el Municipio de Tiwanaku y en la carrera de Turismo, comenzamos con la investigación de gabinete y de campo, para obtener información verídica acerca de las necesidades de la población relacionadas a los objetivos planteados en el perfil.

#### 6.2 SEGUNDA ETAPA: COORDINACIÓN

La coordinación se ha llevado a cabo con las principales autoridades del municipio como ser: Alcalde, concejales y otros; por otra parte también coordinamos con nuestra Tutora Académica para llevar adelante la capacitación turística en el municipio de Tiwanaku.

Esta etapa se ha prolongado bastante por los asiduos viajes que tuvimos que realizar, para ponernos de acuerdo con el coordinador (Lic. Rolando Cortés) que nos designó el municipio, para acordar todo lo que teníamos planeado hacer en el lugar. En esta etapa se analizan los contenidos temáticos que se iban a desarrollar en la capacitación turística, tomando en cuenta la realidad en la que se desenvuelven las personas que están involucradas en el que hacer turístico.

Para realizar las dos primeras etapas se ha utilizado las siguientes técnicas e instrumentos:

#### **TÉCNICAS:**

- Investigación documental: primaria y secundaria.
- Investigación de campo: observación de campo.

- La entrevista no dirigida.

**INSTRUMENTOS:**

- Registro diario.
- Fichas bibliográficas.
- Cuaderno de apuntes.
- Grabadora reportera.

### 6.3 TERCERA ETAPA: IDENTIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LOS GRUPOS A SER CAPACITADOS

Es la etapa de organización e identificación de los segmentos, tratando de llegar con la capacitación a los sectores más representativos que están involucrados en la actividad turística, adecuándonos a la disponibilidad de tiempo y lugar donde los participantes desarrollan sus actividades; además se ha tomado en cuenta el nivel de instrucción básica en educación que ellos tienen.

Todo este proceso se ha llevado a cabo con el apoyo del coordinador del municipio, quedando los grupos establecidos de esta manera:

**CUADRO N° 6 -1**

UNIDAD EDUCATIVA	NIVEL TERCERO	NIVEL CUARTO	NUMERO DE PROFESORES	TOTAL N° PARTICIPANTES	LUGAR DEL EVENTO
Naciones Unidas	10	11	2	23	Pircuta
Felipe Pizarro Mcal. Andrés de S. Cruz	20	24	2	46	Guaraya
Juan José Torres y Litoral	15	15	2	32	Ñachoca
Arthur Posnansky Causaya	20	22	2	44	Tiwanaku
<b>Total General</b>	<b>65</b>	<b>72</b>	<b>8</b>	<b>145</b>	

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO N° 6 - 2

SEGMENTO	NÚMERO DE PARTICIPANTES	LUGAR DEL EVENTO
Guías o informadores locales	40	Tiwanaku
Hoteleros	15	Tiwanaku
Restaurantes	15	Tiwanaku
Artesanos	45	Tiwanaku
Autoridades	15	Tiwanaku
<b>Total</b>	<b>130</b>	

Fuente: Elaboración propia.

Población que será beneficiada con la capacitación turística en el municipio de Tiwanaku.

La técnica que se ha utilizado en esta etapa es la siguiente:

**TÉCNICA:**

Participativa.

**INSTRUMENTO:**

El diálogo.

#### 6.4 CUARTA ETAPA: ELABORACIÓN DE LOS MÓDULOS, MANUAL DE CAPACITACIÓN, ROTAFOLIOS Y OTROS MATERIALES

Esta etapa nos ha tomado más tiempo, debido al trabajo de investigación, recolección y procesamiento de datos minuciosos que se tuvo que realizar, para elaborar en primera instancia los módulos, los mismos que alcanzan a siete y son:

##### 6.4.1 MÓDULO I: TURISMO

- Definición de Turismo
- Tipos de Turismo
- Turismo Receptivo
- Turismo Emisivo
- Turismo Interno o Nacional

- Turismo Social
- ¿Quién es el turista?
- Turistas Extranjeros y Nacionales
- Beneficios y Riesgos del Turismo
- Turismo Sostenible
- Conceptos Asociados al Turismo Sostenible
- Capacidad de Carga de un Espacio Turístico
- La calidad del espacio Turístico
- Impactos positivos y negativos del turismo
- Importancia del turismo Sostenible para Nuestro Municipio
- Como Beneficia Económicamente el Turismo
- Efecto Multiplicador de la economía Turística
- Situación del Turismo en Bolivia

#### **6.4.2 MÓDULO II: ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

- Atractivo Turístico
- Tipos de Recursos Turísticos
- Recursos o Atractivos Naturales
- Recursos o Atractivos Culturales
- Recursos o Atractivos Históricos y Monumentales
- Principales Atractivos de Tiwanaku

#### **6.4.3 MODULO III: SERVICIOS TURÍSTICOS**

- Servicios Turísticos
- Servicios Básicos
- Servicios de Transporte
- Servicios de Hospedaje
- Servicios de Alimentación
- Servicios de Infraestructura
- Servicios Complementarios
- Calidad de Servicios

- Calidad en los Servicios de Transporte
- Calidad en los Servicios de Hospedaje
- Calidad en los Servicios de Alimentación
- Calidad en los Servicios de Infraestructura
- Calidad en los Servicios Complementarios
- Higiene Personal
- Relaciones Humanas

#### **6.4.4 MÓDULO IV: CULTURA**

- Definición de Cultura
- Importancia de la Cultura
- Definición de Costumbre y Tradición
- Costumbres Tradiciones de la cultura Tiwanakota
- Artesanía
- Cerámica
- Música y Danza
- Gastronomía
- Mitos y Religión
- Challa

#### **6.4.5 MÓDULO V: MEDIO AMBIENTE**

- ¿Qué es el medio ambiente?
- El cuidado del medio ambiente en Bolivia
- Definición de Ecosistema
- Clasificación de los ecosistemas
- Ecosistema Construido
- Ecosistema Cultivado
- Ecosistema Degradado
- Ecosistema Modificado
- Ecosistema Natural
- Alteraciones de los Ecosistemas



- La Atmósfera
- El Agua
- El Suelo
- La Flora
- La Fauna
- El Ruido
- Protección del Medio Ambiente
- Reciclaje de Basura

#### **6.4.6 MÓDULO VI: PRODUCCIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN**

- Microempresa
- Formación de Microempresa
- Producción
- Mercadeo
- Mercado Turístico
- Oferta
- Demanda
- Promoción
- Relaciones Públicas
- Comercialización
- Producto Turístico

#### **6.4.7 MÓDULO VII: GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL**

- ¿Qué es Gestión?
- Funciones que debe Cumplir el Gobierno Municipal
- Instrumentos Importantes de la Gestión
- Seguimiento y Control
- Coordinación entre todos los Agentes Sociales
- Participación Popular
- Apoyo al Sector Empresarial
- Mantenimiento y Actualización de un Sistema de Información Turística

- Capacitación de los Recursos Humanos
- Control de la Calidad
- El Financiamiento

Para que estos módulos tengan mayor asimilación por los capacitados, se ha elaborado el MANUAL DE CAPACITACION TURISTICA EN EL MUNICIPIO DE TIWANAKU, este lleva el contenido de los módulos explicando los mismos de manera muy detallada, tiene un lenguaje sencillo y fácil de entender. Este proceso exigió estar en permanente contacto con la gente, por lo que se decide vivir en tiwanaku por un lapso de tiempo de cinco meses antes de comenzar la capacitación. Para hacer este manual primeramente se ha tratado de captar los rasgos de la gente del lugar en este caso Tiwanaku, para que posteriormente estos sean plasmados en dibujos personificados. Para crear los diálogos, tratamos de inmiscuirnos en el diario vivir de las personas haciendo que la población capacitada se sienta identificada con su diario vivir. A raíz de esto surge la idea de hacer este manual con la creación de personajes centrales y otros que aparecen y desaparecen en cada diálogo.

Para reforzar algunas ideas y conceptos, el manual tiene recuadros donde se explica de manera concreta cada módulo y para que la capacitación tenga mayor éxito se opto por realizar siete rotafolios, es decir, cada módulo tiene su rotafolio, donde se muestra de manera didáctica el desarrollo de los módulos, para llamar la atención de los capacitados, ya que los rotafolios tienen ilustraciones adecuadas a cada módulo.

Los rotafolios han sido elaborados con mucho cuidado con dibujos escaneados, recortes de periódicos y revistas, para que al final vayan adquiriendo un acabado casi prolijo.

Por último para realizar una de las dinámicas de grupo, se utilizan recortes de diferentes atractivos turísticos sacados de periódicos y revistas que se han pegado en cartones, para que tengan resistencia y no se rompan con el constante manejo.

En esta etapa se ha utilizado las siguientes técnicas e instrumentos.

**TÉCNICAS:**

- Investigación documental: Primaria y secundaria.

- Observación de campo.

**INSTRUMENTOS:**

- Registro diario.
- Fichas bibliográficas.
- Cuaderno de apuntes.

## 6.5 QUINTA ETAPA: EJECUCIÓN DE LOS TALLERES PROGRAMADOS Y ALCANCES

La ejecución de los talleres de capacitación es la parte central y por lo tanto la más importante de todo el trabajo, porque aquí se pone en práctica todo lo anteriormente mencionado. Antes de comenzar con la ejecución nos reunimos con los distintos grupos, para coordinar las fechas y horas que iba a tomar la realización de la capacitación turística.

Posteriormente, sobre la base de lo acordado con los distintos grupos, se elabora el cronograma de actividades de la siguiente manera:

### 6.5.1 CRONOGRAMA ESTABLECIDO PARA COLEGIOS DE SECUNDARIA

CUADRO N° 6 - 3

UNIDAD EDUCATIVA	FECHA DE LA CAPACITACIÓN	LUGAR DE LA CAPACITACIÓN
Naciones Unidas	16/AGOSTO/2004	Pircuta
Felipe Pizarro y Mcal. Andrés de S. Cruz	17/AGOSTO/2004	Guaraya
Juan José Torres Y Litoral	19/AGOSTO/2004	Ñachoca
Arthur Posnasky y Causaya	23/AGOSTO/2004 24/AGOSTO/2004	Tiwanaku

## 6.5.2 CRONOGRAMA ESTABLECIDO PARA PERSONAS INVOLUCRADAS EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

CUADRO N° 6 - 4

SEGMENTO	FECHA DE LA CAPACITACIÓN	LUGAR DE LA CAPACITACIÓN
Artesanos	06 AL 09/SEPTIEMBRE/2004	Tiwanaku
Guías o informadores locales	20 AL 24/SEPTIEMBRE/2004	Tiwanaku
Hoteleros y Restaurantes	27 Y 28/SEPTIEMBRE/2004	Tiwanaku
Autoridades	29 Y 30/SEPTIEMBRE/2004	Tiwanaku

Para confirmar la asistencia de la gente interesada en participar de los talleres de la capacitación se redactan cartas dirigidas a los representantes de cada grupo:

- Alcalde Municipal. (Lino Condori Amaru)
- Directores de U. Educativas. ( Adrián R. Quelca Tarqui, Mario Loza Mamani, Marcelino Marqués Choque, Gregorio Loza Mamani, Nestor Vargas Mamani)
- Presidentes de los cuatro grupos de artesanos. (Agustín Paty Apaza, Enrique Condori, Luisa Quispe, Pascuala Marqués)
- Supervisor Complejo Arqueológico Tiwanaku Bol. (Daniel Choque Aruquipa)
- Presidente de la junta de vecinos. (Gualberto Soria), encargado de comunicar a los dueños de restaurantes y hospedaje.

Estas misivas fueron enviadas con el propósito de confirmar a los participantes la hora, fecha y lugar del desarrollo de la capacitación, con este motivo se coloca un aviso en el canal local del pueblo (canal 13 Tihuanacu Televisión), en este aviso menciona el cronograma de actividades de manera clara y concreta.

Se menciona el lugar porque no todos los talleres se realizan en la población de Tiwanaku ya que los colegios de este municipio están situados en distintas comunidades y era imposible que los estudiantes acudan al pueblo; entonces tuvimos que trasladarnos a los distintos establecimientos educativos con todo el material y equipos necesarios que se iban a utilizar en la capacitación (material de

escritorio, manuales, rotafolios, cámara fotográfica, filmadora, televisor, VHS y videos), tarea que no fue nada fácil porque el coordinador del municipio no se ponía de acuerdo con los choferes para que nos lleven a los distintos colegios, por lo tanto se tuvo muchos inconvenientes especialmente al retornar en la tarde o noche al pueblo para descansar y al día siguiente continuar con el cronograma establecido.

Posteriormente cuando se concluyó con los colegios, comenzamos con los otros grupos en el pueblo de Tiwanaku, aquí también hubo algunos problemas, ya que el coordinador era el responsable directo en brindarnos los ambientes necesarios para dar la capacitación, pero él no cumplía con lo establecido por lo que se tenía que improvisar los ambientes para no fallar con el cronograma.

Por lo general podemos decir que el desarrollo de la capacitación se ha llevado a cabo de manera favorable, porque a medida que se desarrollaban los talleres de capacitación, se efectuaba la interacción entre los distintos miembros de los diferentes grupos o segmentos; mediante las distintas actividades, donde cada persona va adoptando la manera de interrelacionarse con los demás, también, existió la preocupación de alcanzar el cumplimiento de los objetivos propuestos para los cursos taller durante el tiempo establecido para cada grupo o segmento.

En cuanto a los alcances de la misma se puede decir que ha sido bastante aceptada por la mayoría de las personas que asistieron a los talleres, ya que ellos comentaban que era la primera vez que participaban en una capacitación de Turismo y que además no tenían que pagar ni un solo peso.

La capacitación fue tan exitosa, que nos otorgaron cartas de agradecimiento y felicitaciones las autoridades y representantes de cada grupo. Nosotros como retribución a la acogida y participación de la gente les obsequiamos un certificado de asistencia al curso taller y un manual de información turística.

En esta etapa se han utilizado las siguientes técnicas e instrumentos.

**TÉCNICA:** Participativa.

**INSTRUMENTO:** El diálogo.

Para dar a conocer los módulos se ha elaborado la siguiente guía metodológica la misma que muestra de manera detallada las técnicas, instrumentos, tiempo, dinámicas, etc. que se han desarrollado durante la capacitación.

## 6.5.3 CONTENIDOS TEMÁTICOS Y METODOLÓGICOS

## 6.5.3.1 TALLER DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA A INFORMADORES O GUÍAS LOCALES

**OBJETIVO GENERAL:** CONTAR CON INFORMADORES O GUÍAS LOCALES QUE PONGAN EN PRACTICA LOS TEMAS DESARROLLADOS, PARA GARANTIZAR EL EFICIENTE DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMATICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
1er DIA	PROGRAMA ORGANIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE PARTICIPANTES	<ul style="list-style-type: none"> <li>REGISTRO DE PARTICIPANTES</li> <li>IDENTIFICACIÓN PERSONAL.</li> <li>FORMACIÓN DE GRUPOS.</li> </ul>	ORGANIZACIÓN DE GRUPOS POR EL COLOR DE TARJETAS (SOLAPINES).	<ul style="list-style-type: none"> <li>PLANILLA DE REGISTRO</li> <li>CADA PARTICIPANTE SE REGISTRA EN LA PLANILLA.</li> <li>A CADA PARTICIPANTE SE PROPORCIONA UNA TARJETA DE IDENTIFICACIÓN PERSONAL DE DIFERENTE COLOR EN LA QUE DEBE ESCRIBIR CON LETRA GRANDE SU NOMBRE,</li> <li>DICHA TARJETA SE PONDRÁ A UN LADO DEL PECHO, Y PERMANECERÁ DURANTE TODO EL PROCESO DEL TALLER.</li> <li>SE ORGANIZARA CINCO GRUPOS DE APROXIMADAMENTE 7 PARTICIPANTES POR GRUPO Y POR COLOR DE TARJETA (SOLAPINES).</li> </ul>	30'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>50 TARJETAS DE 3 COLORES DIFERENTES.</li> <li>10 MARCADORES GRUESOS DE DISTINTOS COLORES.</li> <li>1 MASQUIN.</li> <li>PLANILLAS DE REGISTRO.</li> </ul>
	APERTURA DEL TALLER	<ul style="list-style-type: none"> <li>PALABRAS DE BIENVENIDA Y MOTIVACIÓN.</li> </ul>	QUE LOS/AS PARTICIPANTES CONOZCAN LAS CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CURSO	CADA FACILITADOR DA LAS PALABRAS DE BIENVENIDA Y DE MOTIVACIÓN EN FORMA DE PLENARIA GENERAL.	10'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
	<b>MOTIVACIÓN CONOCIÉNDONOS MAS E INTERCAMBIANDO PREGUNTAS, PARA DAR INICIO RESOLVIENDO EL PRE -TEST</b>	GENERAR UN AMBIENTE DE INTEGRACIÓN E INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTOS	AL FINALIZAR LA SESIÓN LOS/AS PARTICIPANTES CONOCEN ALGUNAS CARACTERÍSTICAS PERSONALES DE LOS COMPAÑEROS/AS CON QUIENES VAN A COMPARTIR EL CURSO TALLER.  AL INICIO DEL CURSO TALLER LAS/OS PARTICIPANTES DEBEN PLASMAR DE MANERA ESCRITA EN EL PRE - TEST, SUS CONOCIMIENTOS ACERCA DE LAS PREGUNTAS.	<b>DINÁMICA DE GRUPO PRESENTACIÓN POR PAREJAS</b>  LOS FACILITADORES DAN LAS INDICACIONES DE QUE NOS VAMOS A PRESENTAR POR PAREJAS Y QUE ESTAS DEBEN INTERCAMBIAR DETERMINADO TIPO DE INFORMACIÓN DE INTERÉS DE TODOS EJEMPLO: NOMBRE, INTERÉS DEL CURSO, SUS EXPECTATIVAS, INFORMACIÓN SOBRE SU TRABAJO Y SU PROCEDENCIA, POSTERIORMENTE CADA PARTICIPANTE PRESENTA A SU PAREJA.  SE ORGANIZA Y SE PIDE A LAS/OS PARTICIPANTES QUE SAQUEN UN BOLÍGRAFO PARA RESOLVER EL PRE - TEST.	55'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS.	- 1 DOCENA DE MARCADORES GRUESOS  - 50 HOJAS DE PAPEL BOND.  - FOTOCOPIAS DEL PRE - TEST.  - BOLÍGRAFOS
	<b>MANUAL DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA MATERIAL DE APOYO</b>		CONOCER EL CONTENIDO DEL MANUAL.	<b>"PROPORCIONANDO MATERIAL DE APOYO"</b> • A CADA PARTICIPANTE SE LE PROPORCIONA UN MANUAL, UN FOLDER CON HOJAS DE PAPEL BOND, UN BOLÍGRAFO Y UN MARCADOR DELGADO.	15'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	- MANUALES TURÍSTICOS - FOLDERS - BOLÍGRAFOS - HOJAS DE PAPEL BOND - MARCADORES DELGADOS

DÍA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
	DESCANSO				10'		
	MODULO I TURISMO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TURISMO EMISIVO</li> <li>• TURISMO RECEPTIVO.</li> <li>• TURISMO INTERNO.</li> <li>• ¿QUIÉN ES EL TURISTA?</li> <li>• TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS</li> <li>• BENEFICIOS Y RIESGOS DEL TURISMO</li> <li>• TURISMO SOSTENIBLE</li> <li>• CONCEPTOS ASOCIADOS AL TURISMO SOSTENIBLE</li> <li>• CAPACIDAD DE CARGA DE UN ESPACIO TURÍSTICO</li> <li>• LA CALIDAD DEL ESPACIO TURÍSTICO</li> <li>• IMPACTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL TURISMO</li> </ul>	<p>DOTARLES DE INFORMACIÓN RELACIONADA AL TURISMO, PARA QUE TENGAN UN MEJOR DESENVOLVIMIENTO EN LA ACTIVIDAD QUE REALIZAN.</p>	<p>TÉCNICA EXPOSITIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO.</li> <li>• PLENARIA GENERAL (ACLARACIÓN DE DUDAS)</li> </ul>	60'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO.</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> </ul>



DÍA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• IMPORTANCIA DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA NUESTRO MUNICIPIO</li> <li>• COMO BENEFICIA ECONÓMICAMENTE EL TURISMO</li> <li>• EFECTO MULTIPLICADOR DE LA ECONOMÍA TURÍSTICA</li> <li>• SITUACIÓN DEL TURISMO EN BOLIVIA</li> </ul>					
2do. DIA	MODULO II ATRATIVOS TURÍSTICOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ATRACTIVO TURÍSTICO</li> <li>• TIPOS DE RECURSOS TURÍSTICOS</li> <li>• RECURSOS ATRACTIVOS NATURALES</li> <li>• RECURSOS ATRACTIVOS CULTURALES</li> </ul>	FORTALECER Y AMPLIAR CONOCIMIENTOS SOBRE ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y SU IMPORTANCIA EN EL MUNICIPIO	<p>TÉCNICA EXPOSITIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO.</li> </ul> <p>DINÁMICA DE GRUPO CLASIFICANDO LOS ATRACTIVOS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LOS FACILITADORES INDICAN A LOS PARTICIPANTES QUE DE ACUERDO AL COLOR DEL SOLAPIN QUE LLEVAN A UN LADO DEL PECHO DEBEN FORMAR TRES GRUPOS DEPENDIENDO DEL NUMERO DE PARTICIPANTES.</li> </ul>	105'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO.</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> <li>- RECORTES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS,</li> <li>- TELAS, GANCHOS, CLAVOS</li> <li>- TELEVISOR, VHS, VIDEOS.</li> </ul>

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• RECURSOS ATRACTIVOS HISTÓRICOS MONUMENTALES.</li> <li>• PRINCIPALES ATRACTIVOS DE TIWANAKU</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• EN UNA MESA SE PONDRÁ LOS RECORTES DE LOS DISTINTOS TIPOS DE ATRACTIVOS, PARA QUE POSTERIORMENTE LOS PARTICIPANTES VAYAN CLASIFICANDO LOS MISMOS DE ACUERDO A LA PREVIA EXPLICACIÓN DEL TEMA. UNA VEZ CLASIFICADOS LOS RECORTES, ESTOS DEBEN SER COLGADOS CON LOS GANCHOS EN LAS TELAS RESPECTIVAS. PARA CONCLUIR LA DINÁMICA CADA GRUPO DEBE NOMBRAR A UN REPRESENTANTE PARA QUE EXPLIQUE LO REALIZADO.</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>TALLER DE VIDEO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• MEDIANTE UN TELEVISOR Y UN VHS, SE MUESTRA A LOS PARTICIPANTES VIDEOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE BOLIVIA.</li> </ul>			
	<b>DESCANSO</b>				10'		
	<b>MODULO III</b>  <b>SERVICIOS TURÍSTICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SERVICIOS TURÍSTICOS</li> <li>• SERVICIOS BÁSICOS</li> <li>• SERVICIOS DE TRANSPORTE</li> <li>• SERVICIOS DE HOSPEDAJE</li> <li>• SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN</li> </ul>	QUE LOS/LAS PARTICIPANTES CONOZCAN LAS CARACTERÍSTICAS GENERALES Y ASIMILEN SOBRE LA IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS EN EL MUNICIPIO.	<p style="text-align: center;"><b>TÉCNICA EXPOSITIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE EL CONTENIDO SEGÚN ROTAFOLIO.</li> </ul>	120'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO.</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> <li>- ARTESANÍAS</li> <li>- UTENSILIOS DE COCINA, SILLAS MESAS</li> <li>- OTROS OBJETOS.</li> </ul>

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS.	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• SERVICIOS DE INFRAESTRUCTURA</li> <li>• SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</li> <li>• CALIDAD DE SERVICIOS</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE INFRAESTRUCTURA</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</li> <li>• HIGIENE PERSONAL</li> <li>• RELACIONES HUMANAS</li> </ul>		<p style="text-align: center;"><b>DINÁMICA DE GRUPO TEATRALIZACION</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LOS FACILITADORES INDICAN A LOS PARTICIPANTES QUE DE ACUERDO AL COLOR DEL SOLAPIN QUE LLEVAN A UN LADO DEL PECHO DEBEN FORMAR TRES GRUPOS DEPENDIENDO DEL NUMERO DE PARTICIPANTES.</li> <li>• POSTERIORMENTE CADA GRUPO DEBE TEATRALIZAR UNA CLASE DE PRESTACIÓN DE SERVICIO COMO SER: LA ATENCIÓN AL TURISTA EN UN HOTEL O ALOJAMIENTO, RESTAURANTE O PENSIÓN, EN LA VENTA DE ARTESANÍA, ETC.</li> <li>• PARA CONCLUIR LA DINÁMICA, LOS PARTICIPANTES DEBEN ESMERARSE AL PRESENTAR EL TEATRO YA QUE LO MAS IMPORTANTE ES QUE TODOS PARTICIPEN, PARA QUE ASÍ EL GRUPO GANADOR SE LLEVE LAS FELICITACIONES Y LOS APLAUSOS DE TODOS.</li> </ul>			

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
3er. DIA	MODULO IV CULTURA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DEFINICIÓN DE CULTURA</li> <li>• IMPORTANCIA DE LA CULTURA</li> <li>• DEFINICIÓN DE COSTUMBRE Y TRADICIÓN</li> <li>• COSTUMBRES Y TRADICIONES DE LA CULTURA TIWANAKOTA.</li> <li>• ARTESANÍA.</li> <li>• CERÁMICA</li> <li>• MÚSICA Y DANZA</li> <li>• GASTRONOMÍA.</li> <li>• MITOS Y RELIGIÓN.</li> <li>• CHALLA</li> </ul>	DOTARLES DE INFORMACIÓN RELACIONADA A LO QUE ES CULTURA Y CULTURA TIWANAKOTA.	<p>TÉCNICA EXPOSITIVA PARTICIPATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO.</li> <li>• MEDIANTE UN TELEVISOR Y UN VHS SE MUESTRA A LOS PARTICIPANTES VIDEOS SOBRE ARTESANÍA, MÚSICA, DANZA Y GASTRONOMÍA DE BOLIVIA.</li> </ul>	95'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO.</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO,</li> <li>- TELEVISOR, VHS, VIDEOS.</li> </ul>
	DESCANSO				10'		
	MODULO V MEDIO AMBIENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿QUE ES EL MEDIO AMBIENTE?</li> <li>• EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE EN BOLIVIA</li> <li>• DEFINICIÓN DE ECOSISTEMA</li> <li>• CLASIFICACIÓN DE ECOSISTEMAS.</li> </ul>	SOCIALIZAR CONOCIMIENTOS EN EL ÁREA DEL MEDIO AMBIENTE PARA LOGRAR UNA BUENA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL EN EL MUNICIPIO DE TIWANAKU.	<p>TÉCNICA EXPOSITIVA PARTICIPATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO.</li> <li>• PLENARIA GENERAL</li> </ul>	2 Hrs.	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> <li>- GLOBOS DE DISTINTOS COLORES</li> <li>- MARCADORES GRUESOS.</li> </ul>

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• ALTERACIONES DE LOS ECOSISTEMAS</li> <li>• LA ATMÓSFERA</li> <li>• EL AGUA</li> <li>• EL SUELO</li> <li>• LA FLORA</li> <li>• LA FAUNA</li> <li>• EL RUIDO</li> <li>• PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE</li> <li>• RECICLAJE DE BASURA.</li> </ul>		<p style="text-align: center;"><b>DINÁMICA DE GRUPO RECREANDO MI ESPACIO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LOS FACILITADORES INDICAN A LOS PARTICIPANTES QUE DE ACUERDO AL COLOR DEL SOLAPIN QUE LLEVAN A UN LADO DEL PECHO DEBEN FORMAR TRES GRUPOS DEPENDIENDO DEL NUMERO DE PARTICIPANTES.</li> <li>• POSTERIORMENTE, LOS FACILITADORES LES PROPORCIONAN GLOBOS DE DISTINTOS COLORES, DONDE CADA UNO DE ELLOS ESCRIBE PALABRAS DE ACUERDO A LA TEMÁTICA DE CADA GRUPO, POR EJEMPLO: DEBEN ESCRIBIR PALABRAS QUE COMPONEN EL MEDIO AMBIENTE (AGUA, AIRE, TIERRA, ETC), PALABRAS QUE CONTAMINAN EL MEDIO AMBIENTE, (HUMO, PESTICIDAS, ETC), Y FRASES QUE DIGAN COMO NO CONTAMINAR EL MEDIO AMBIENTE, (RECICLAR LA BASURA). PARA TERMINAR ESTA DINÁMICA CADA PARTICIPANTE DEBE LEER EN VOZ ALTA LO QUE ESCRIBIÓ EN EL GLOBO, PARA QUE ASÍ TODOS VAYAN ESCUCHANDO Y APRENDIENDO.</li> </ul>			

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
4to. DIA	<b>MODULO VI</b> <b>PRODUCCIÓN PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MICROEMPRESA</li> <li>• FORMACIÓN DE MICROEMPRESA</li> <li>• PRODUCCIÓN</li> <li>• MERCADEO</li> <li>• MERCADO TURÍSTICO</li> <li>• OFERTA</li> <li>• DEMANDA</li> <li>• PROMOCIÓN</li> <li>• RELACIONES PUBLICAS</li> <li>• COMERCIALIZACIÓN</li> <li>• PRODUCTO TURÍSTICO</li> </ul>	SOCIALIZAR CONOCIMIENTOS EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN PARA LOGRAR UNA BUENA PROMOCIÓN DEL MUNICIPIO.	<p>TÉCNICA EXPOSITIVA PARTICIPATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ SE EXPONE LOS CONTENIDOS A TRAVÉS DE UN ROTAFOLIO.</li> <li>▪ TALLER DE VIDEO, MEDIANTE UN TELEVISOR Y UN VHS SE MUESTRA A LOS PARTICIPANTES UN VIDEO SOBRE PRODUCCIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.</li> </ul>	110'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> <li>- T.V. VHS. VIDEO</li> </ul>
	<b>DESCANSO</b>				10'		
	<b>MODULO VII</b> <b>GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿QUÉ ES GESTIÓN?</li> <li>• FUNCIONES QUE DEBE CUMPLIR EL GOBIERNO MUNICIPAL.</li> <li>• INSTRUMENTOS IMPORTANTES DE LA GESTIÓN.</li> <li>• SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LAS ETAPAS DE LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA Y SUS RESULTADOS.</li> </ul>	IDENTIFICAR EL NIVEL DE PARTICIPACIÓN DE LAS AUTORIDADES LOCALES EN LA GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL Y EN LA ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS.	<p>TÉCNICA EXPOSITIVA PARTICIPATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE LOS CONTENIDOS A TRAVÉS DE ROTAFOLIO.</li> <li>• INTERCAMBIO DE IDEAS A TRAVÉS DEL DIALOGO.</li> </ul>	90'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> </ul>

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• COORDINACIÓN ENTRE TODOS LOS AGENTES SOCIALES.</li> <li>• PARTICIPACIÓN POPULAR.</li> <li>• APOYO AL SECTOR EMPRESARIAL.</li> <li>• MANTENIMIENTO ACTUALIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.</li> <li>• CAPACITACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS.</li> <li>• CONTROL DE CALIDAD</li> <li>• EL FINANCIAMIENTO.</li> </ul>					
5to DIA	PRACTICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PRACTICA EN EL MUSEO LÍTICO.</li> <li>• PRACTICA EN EL MUSEO DE CERÁMICA.</li> <li>• PRACTICA EN LAS RUINAS.</li> <li>• PRACTICA EN CHOQUEPAJCHA.</li> </ul>	CONOCER EL NIVEL DE CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS EN EL CURSO TALLER POR LOS PARTICIPANTES.	<p>TÉCNICA EXPOSITIVA Y PARTICIPATIVA</p> <p>LOS FACILITADORES ORGANIZAN LOS GRUPOS, PARA LUEGO DESIGNAR A CADA GRUPO UN LUGAR TURÍSTICO DEL ÁREA DE TIWANAKU, DONDE CADA UNO DE LOS PARTICIPANTES VAN EXPLICANDO.</p>	2 hrs.	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PUNTEROS</li> <li>- CÁMARA FOTOGRÁFICA.</li> <li>- FILMADORA</li> <li>- VIDEO CASSETTE</li> </ul>

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
	<p><b>CONCLUSIÓN, EVALUACIÓN Y CIERRE DEL TALLER</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONCLUSIÓN EVALUACIÓN.</li>   <li>• CIERRE DEL TALLER</li> </ul>	<p>AL CONCLUIR LOS MÓDULOS, LAS/OS PARTICIPANTES DEBEN PLASMAR DE MANERA ESCRITA EN EL POST TEST, LOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS ACERCA DE LOS CONTENIDOS AVANZADOS</p> <p>AL FINALIZAR LA CAPACITACIÓN CADA PARTICIPANTE RECIBE UN CERTIFICADO DE ASISTENCIA.</p>	<p>SE ORGANIZA Y SE PIDE A LAS/OS PARTICIPANTES QUE GUARDEN TODO SU MATERIAL Y SAQUEN UN BOLÍGRAFO PARA RESOLVER EL POST TEST.</p> <p>PALABRAS DE AGRADECIMIENTO A CARGO DE LOS FACILITADORES POR LA ASISTENCIA A LOS PARTICIPANTES.</p>	<p>15'</p>	<p>FACILITADORES UNIVERSITARIOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- FOTOCOPIAS DEL POST TEST.</li> <li>- BOLÍGRAFOS</li> </ul>



**6.5.3.2 TALLER DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA A HOTELEROS – RESTAURANTES**

**OBJETIVO GENERAL:** COMPARTIR CRÍTICAMENTE CONOCIMIENTOS ACTUALIZADOS EN EL CAMPO DEL HOSPEDAJE Y ALIMENTACIÓN, EN FUNCIÓN DE BRINDAR SERVICIOS DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN Y TRATO AL TURISTA.

DÍA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
1er DÍA	<b>PROGRAMA ORGANIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE PARTICIPANTES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• REGISTRO DE PARTICIPANTES</li> <li>• IDENTIFICACIÓN PERSONAL.</li> <li>• FORMACIÓN DE GRUPOS.</li> </ul>	ORGANIZACIÓN DE GRUPOS POR EL COLOR DE TARJETAS (SOLAPINES).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PLANILLA DE REGISTRO</li> <li>• CADA PARTICIPANTE SE REGISTRA EN LA PLANILLA.</li> <li>• A CADA PARTICIPANTE SE PROPORCIONA UNA TARJETA DE IDENTIFICACIÓN PERSONAL DE DIFERENTE COLOR EN LA QUE DEBE ESCRIBIR CON LETRA GRANDE SU NOMBRE,</li> <li>• DICHA TARJETA SE PONDRÁ A UN LADO DEL PECHO, Y PERMANECERÁ DURANTE TODO EL PROCESO DEL TALLER.</li> <li>• SE ORGANIZARA CINCO GRUPOS DE APROXIMADAMENTE 7 PARTICIPANTES POR GRUPO Y POR COLOR DE TARJETA (SOLAPINES).</li> </ul>	15'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 50 TARJETAS DE 3 COLORES DIFERENTES.</li> <li>- 10 MARCADORES GRUESOS DE DISTINTOS COLORES.</li> <li>- 1 MASQUIN.</li> <li>- PLANILLAS DE REGISTRO.</li> </ul>
	<b>APERTURA DEL TALLER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PALABRAS DE BIENVENIDA Y MOTIVACIÓN.</li> </ul>	QUE LOS/AS PARTICIPANTES CONOZCAN LAS CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CURSO	CADA FACILITADOR DA LAS PALABRAS DE BIENVENIDA Y DE MOTIVACIÓN EN FORMA DE PLENARIA GENERAL.	5'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMATICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
	<b>MOTIVACIÓN CONOCIÉNDONOS MAS E INTERCAMBIANDO PREGUNTAS, PARA DAR INICIO RESOLVIENDO EL PRE -TEST</b>	GENERAR UN AMBIENTE DE INTEGRACIÓN E INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTOS	AL FINALIZAR LA SESIÓN LOS/AS PARTICIPANTES CONOCEN ALGUNAS CARACTERÍSTICAS PERSONALES DE LOS COMPAÑEROS/AS CON QUIENES VAN A COMPARTIR EL CURSO TALLER.	<b>DINÁMICA DE GRUPO PRESENTACIÓN POR PAREJAS</b>  LOS FACILITADORES DAN LAS INDICACIONES DE QUE NOS VAMOS A PRESENTAR POR PAREJAS Y QUE ESTAS DEBEN INTERCAMBIAR DETERMINADO TIPO DE INFORMACIÓN DE INTERÉS DE TODOS EJEMPLO: NOMBRE, INTERÉS DEL CURSO, SUS EXPECTATIVAS, INFORMACIÓN SOBRE SU TRABAJO Y SU PROCEDENCIA, POSTERIORMENTE CADA PARTICIPANTE PRESENTA A SU PAREJA.  SE ORGANIZA Y SE PIDE A LAS/OS PARTICIPANTES QUE SAQUEN UN BOLÍGRAFO PARA RESOLVER EL PRE - TEST.	45'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS.	- 1 DOCENA DE MARCADORES GRUESOS  - 50 HOJAS DE PAPEL BOND.  - FOTOCOPIAS DEL PRE - TEST.  - BOLÍGRAFOS
	<b>MANUAL DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA MATERIAL DE APOYO</b>		CONOCER EL CONTENIDO DEL MANUAL.	<b>"PROPORCIONANDO MATERIAL DE APOYO"</b>  • A CADA PARTICIPANTE SE LE PROPORCIONA UN MANUAL, UN FOLDER CON HOJAS DE PAPEL BOND, UN BOLÍGRAFO Y UN MARCADOR DELGADO.	15'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	- MANUALES TURÍSTICOS - FOLDERS - BOLÍGRAFOS - HOJAS DE PAPEL BOND - MARCADORES DELGADOS

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
	<b>MODULO I TURISMO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TURISMO EMISIVO</li> <li>• TURISMO RECEPTIVO.</li> <li>• TURISMO INTERNO.</li> <li>• ¿QUIÉN ES EL TURISTA?</li> <li>• TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS</li> <li>• BENEFICIOS Y RIESGOS DEL TURISMO</li> <li>• TURISMO SOSTENIBLE</li> <li>• CONCEPTOS ASOCIADOS AL TURISMO SOSTENIBLE</li> <li>• CAPACIDAD DE CARGA DE UN ESPACIO TURÍSTICO</li> <li>• LA CALIDAD DEL ESPACIO TURÍSTICO</li> <li>• IMPACTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL TURISMO</li> </ul>	<p>DOTARLES DE INFORMACIÓN RELACIONADA AL TURISMO, PARA QUE TENGAN UN MEJOR DESENVOLVIMIENT O EN LA ACTIVIDAD QUE REALIZAN.</p>	<p><b>TÉCNICA EXPOSITIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO.</li> <li>• PLENARIA GENERAL (ACLARACIÓN DE DUDAS)</li> </ul>	60'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO.</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> </ul>

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• IMPORTANCIA DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA NUESTRO MUNICIPIO</li> <li>• COMO BENEFICIA ECONÓMICAMENTE EL TURISMO</li> <li>• EFECTO MULTIPLICADOR DE LA ECONOMÍA TURÍSTICA</li> <li>• SITUACIÓN DEL TURISMO EN BOLIVIA</li> </ul>					
	<b>DESCANSO</b>				15'		
	<b>MODULO II ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ATRACTIVO TURÍSTICO</li> <li>• TIPOS DE RECURSOS TURÍSTICOS</li> <li>• RECURSOS ATRACTIVOS NATURALES</li> <li>• RECURSOS ATRACTIVOS CULTURALES</li> </ul>	FORTALECER Y AMPLIAR CONOCIMIENTOS SOBRE ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y SU IMPORTANCIA EN EL MUNICIPIO	<p><b>TÉCNICA EXPOSITIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO.</li> </ul> <p><b>DINÁMICA DE GRUPO CLASIFICANDO LOS ATRACTIVOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LOS FACILITADORES INDICAN A LOS PARTICIPANTES QUE DE ACUERDO AL COLOR DEL SOLAPIN QUE LLEVAN A UN LADO DEL PECHO DEBEN FORMAR TRES GRUPOS DEPENDIENDO DEL NUMERO DE PARTICIPANTES.</li> </ul>	90'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO.</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> <li>- RECORTES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS,</li> <li>- TELAS, GANCHOS, CLAVOS</li> <li>- TELEVISOR, VHS, VIDEOS.</li> </ul>

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• RECURSOS ATRACTIVOS HISTÓRICOS MONUMENTALES.</li> <li>• PRINCIPALES ATRACTIVOS DE TIWANAKU</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• EN UNA MESA SE PONDRÁ LOS RECORTES DE LOS DISTINTOS TIPOS DE ATRACTIVOS, PARA QUE POSTERIORMENTE LOS PARTICIPANTES VAYAN CLASIFICANDO LOS MISMOS DE ACUERDO A LA PREVIA EXPLICACIÓN DEL TEMA. UNA VEZ CLASIFICADOS LOS RECORTES, ESTOS DEBEN SER COLGADOS CON LOS GANCHOS EN LAS TELAS RESPECTIVAS. PARA CONCLUIR LA DINÁMICA CADA GRUPO DEBE NOMBRAR A UN REPRESENTANTE PARA QUE EXPLIQUE LO REALIZADO.</li> </ul> <p><b>TALLER DE VIDEO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• MEDIANTE UN TELEVISOR Y UN VHS, SE MUESTRA A LOS PARTICIPANTES VIDEOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE BOLIVIA.</li> </ul>			
	<p><b>MODULO III</b></p> <p><b>SERVICIOS TURÍSTICOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SERVICIOS TURÍSTICOS</li> <li>• SERVICIOS BÁSICOS</li> <li>• SERVICIOS DE TRANSPORTE</li> <li>• SERVICIOS DE HOSPEDAJE</li> <li>• SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN</li> </ul>	<p>QUE LOS/LAS PARTICIPANTES CONOZCAN LAS CARACTERÍSTICAS GENERALES Y ASIMILEN SOBRE LA IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS EN EL MUNICIPIO.</p>	<p><b>TÉCNICA EXPOSITIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE EL CONTENIDO SEGÚN ROTAFOLIO.</li> </ul>	85'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO.</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> <li>- ARTESANÍAS</li> <li>- UTENSILIOS DE COCINA, SILLAS MESAS</li> <li>- OTROS OBJETOS.</li> </ul>

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• SERVICIOS DE INFRAESTRUCTURA</li> <li>• SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</li> <li>• CALIDAD DE SERVICIOS</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE INFRAESTRUCTURA</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</li> <li>• HIGIENE PERSONAL</li> <li>• RELACIONES HUMANAS</li> </ul>		<p style="text-align: center;"><b>DINÁMICA DE GRUPO TEATRALIZACION</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LOS FACILITADORES INDICAN A LOS PARTICIPANTES QUE DE ACUERDO AL COLOR DEL SOLAPIN QUE LLEVAN A UN LADO DEL PECHO DEBEN FORMAR TRES GRUPOS DEPENDIENDO DEL NUMERO DE PARTICIPANTES.</li> <li>• POSTERIORMENTE CADA GRUPO DEBE TEATRALIZAR UNA CLASE DE PRESTACIÓN DE SERVICIO COMO SER: LA ATENCIÓN AL TURISTA EN UN HOTEL O ALOJAMIENTO, RESTAURANTE O PENSIÓN, EN LA VENTA DE ARTESANÍA, ETC.</li> <li>• PARA CONCLUIR LA DINÁMICA, LOS PARTICIPANTES DEBEN ESMERARSE AL PRESENTAR EL TEATRO YA QUE LO MAS IMPORTANTE ES QUE TODOS PARTICIPEN, PARA QUE ASÍ EL GRUPO GANADOR SE LLEVE LAS FELICITACIONES Y LOS APLAUSOS DE TODOS.</li> </ul>			

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
2do. DIA	MODULO IV CULTURA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DEFINICIÓN DE CULTURA</li> <li>• IMPORTANCIA DE LA CULTURA</li> <li>• DEFINICIÓN DE COSTUMBRE Y TRADICIÓN</li> <li>• COSTUMBRES Y TRADICIONES DE LA CULTURA TIWANAKOTA.</li> <li>• ARTESANÍA.</li> <li>• CERÁMICA</li> <li>• MÚSICA Y DANZA</li> <li>• GASTRONOMÍA.</li> <li>• MITOS Y RELIGIÓN.</li> <li>• CHALLA</li> </ul>	<p>DOTARLES DE INFORMACIÓN RELACIONADA A LO QUE ES CULTURA Y CULTURA TIWANAKOTA.</p>	<p>TÉCNICA EXPOSITIVA PARTICIPATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO.</li> <li>• MEDIANTE UN TELEVISOR Y UN VHS SE MUESTRA A LOS PARTICIPANTES VIDEOS SOBRE ARTESANÍA, MÚSICA, DANZA Y GASTRONOMÍA DE BOLIVIA.</li> </ul>	60'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO.</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO,</li> <li>- TELEVISOR, VHS, VIDEOS.</li> </ul>
	MODULO V MEDIO AMBIENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿QUE ES EL MEDIO AMBIENTE?</li> <li>• EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE EN BOLIVIA</li> <li>• DEFINICIÓN DE ECOSISTEMA</li> <li>• CLASIFICACIÓN DE ECOSISTEMAS.</li> </ul>	<p>SOCIALIZAR CONOCIMIENTOS EN EL ÁREA DEL MEDIO AMBIENTE PARA LOGRAR UNA BUENA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL EN EL MUNICIPIO DE TIWANAKU.</p>	<p>TÉCNICA EXPOSITIVA PARTICIPATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO.</li> <li>• PLENARIA GENERAL</li> </ul>	100'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> <li>- GLOBOS DE DISTINTOS COLORES</li> <li>- MARCADORES GRUESOS.</li> </ul>

DÍA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• ALTERACIONES DE LOS ECOSISTEMAS</li> <li>• LA ATMÓSFERA</li> <li>• EL AGUA</li> <li>• EL SUELO</li> <li>• LA FLORA</li> <li>• LA FAUNA</li> <li>• EL RUIDO</li> <li>• PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE</li> <li>• RECICLAJE DE BASURA.</li> </ul>		<p><b>DINÁMICA DE GRUPO RECREANDO MI ESPACIO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LOS FACILITADORES INDICAN A LOS PARTICIPANTES QUE DE ACUERDO AL COLOR DEL SOLAPIN QUE LLEVAN A UN LADO DEL PECHO DEBEN FORMAR TRES GRUPOS DEPENDIENDO DEL NUMERO DE PARTICIPANTES.</li> <li>• POSTERIORMENTE, LOS FACILITADORES LES PROPORCIONAN GLOBOS DE DISTINTOS COLORES, DONDE CADA UNO DE ELLOS ESCRIBE PALABRAS DE ACUERDO A LA TEMÁTICA DE CADA GRUPO, POR EJEMPLO: DEBEN ESCRIBIR PALABRAS QUE COMPONEN EL MEDIO AMBIENTE (AGUA, AIRE, TIERRA, ETC), PALABRAS QUE CONTAMINAN EL MEDIO AMBIENTE, (HUMO, PESTICIDAS, ETC), Y FRASES QUE DIGAN COMO NO CONTAMINAR EL MEDIO AMBIENTE, (RECICLAR LA BASURA). PARA TERMINAR ESTA DINÁMICA CADA PARTICIPANTE DEBE LEER EN VOZ ALTA LO QUE ESCRIBIÓ EN EL GLOBO, PARA QUE ASÍ TODOS VAYAN ESCUCHANDO Y APRENDIENDO.</li> </ul>			
	<b>DESCANSO</b>				15'		



DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
	<b>MODULO VI</b> <b>PRODUCCIÓN PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MICROEMPRESA</li> <li>• FORMACIÓN DE MICROEMPRESA</li> <li>• PRODUCCIÓN</li> <li>• MERCADEO</li> <li>• MERCADO TURÍSTICO</li> <li>• OFERTA</li> <li>• DEMANDA</li> <li>• PROMOCIÓN</li> <li>• RELACIONES PUBLICAS</li> <li>• COMERCIALIZACIÓN</li> <li>• PRODUCTO TURÍSTICO</li> </ul>	SOCIALIZAR CONOCIMIENTOS EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN PARA LOGRAR UNA BUENA PROMOCIÓN DEL MUNICIPIO.	<p>TÉCNICA EXPOSITIVA</p> <p>PARTICIPATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ SE EXPONE LOS CONTENIDOS A TRAVÉS DE UN ROTAFOLIO.</li> <li>▪ TALLER DE VIDEO, MEDIANTE UN TELEVISOR Y UN VHS SE MUESTRA A LOS PARTICIPANTES UN VIDEO SOBRE PRODUCCIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.</li> </ul>	75'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> <li>- T.V. VHS. VIDEO</li> </ul>
	<b>MODULO VII</b> <b>GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿QUÉ ES GESTIÓN?</li> <li>• FUNCIONES QUE DEBE CUMPLIR EL GOBIERNO MUNICIPAL.</li> <li>• INSTRUMENTOS IMPORTANTES DE LA GESTIÓN.</li> <li>• SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LAS ETAPAS DE LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA Y SUS RESULTADOS.</li> </ul>	IDENTIFICAR EL NIVEL DE PARTICIPACIÓN DE LAS AUTORIDADES LOCALES EN LA GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL Y EN LA ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS.	<p>TÉCNICA EXPOSITIVA</p> <p>PARTICIPATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE LOS CONTENIDOS A TRAVÉS DE ROTAFOLIO.</li> <li>• INTERCAMBIO DE IDEAS A TRAVÉS DEL DIALOGO.</li> </ul>	90'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> </ul>

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• COORDINACIÓN ENTRE TODOS LOS AGENTES SOCIALES.</li> <li>• PARTICIPACIÓN POPULAR.</li> <li>• APOYO AL SECTOR EMPRESARIAL.</li> <li>• MANTENIMIENTO ACTUALIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.</li> <li>• CAPACITACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS.</li> <li>• CONTROL DE CALIDAD</li> <li>• EL FINANCIAMIENTO</li> </ul>					
	<p style="text-align: center;"><b>CONCLUSIÓN, EVALUACIÓN Y CIERRE DEL TALLER</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONCLUSIÓN EVALUACIÓN.</li> <li>• CIERRE DEL TALLER</li> </ul>	<p>AL CONCLUIR LOS MÓDULOS, LAS/OS PARTICIPANTES DEBEN PLASMAR DE MANERA ESCRITA EN EL POST TEST, LOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS ACERCA DE LOS CONTENIDOS AVANZADOS AL FINALIZAR LA CAPACITACIÓN CADA</p>	<p>SE ORGANIZA Y SE PIDE A LAS/OS PARTICIPANTES QUE GUARDEN TODO SU MATERIAL Y SAQUEN UN BOLÍGRAFO PARA RESOLVER EL POST TEST.</p> <p>PALABRAS DE AGRADECIMIENTO A CARGO DE LOS FACILITADORES POR</p>	15'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- FOTOCOPIAS DEL POST TEST.</li> <li>- BOLIGRAFOS</li> </ul>

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
			PARTICIPANTE RECIBE CERTIFICADO ASISTENCIA. UN DE	LA ASISTENCIA A LOS PARTICIPANTES.			

**6.5.3.3 TALLER DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA A ARTESANOS LOCALES**

**OBJETIVO GENERAL:** DOTARLES DE INFORMACIÓN RELACIONADA AL TURISMO, LA CULTURA Y TRATO AL TURISTA, PAI QUE TENGAN UN MEJOR DESENVOLVIMIENTO EN LA ACTIVIDAD QUE REALIZAN.

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
1er. DIA	<b>PROGRAMA ORGANIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE PARTICIPANTES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• REGISTRO DE PARTICIPANTES</li> <li>• IDENTIFICACIÓN PERSONAL.</li> <li>• FORMACIÓN DE GRUPOS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ORGANIZACIÓN DE GRUPOS POR EL COLOR DE TARJETAS (SOLAPINES)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PLANILLA DE REGISTRO</li> <li>• CADA PARTICIPANTE SE REGISTRA EN LA PLANILLA.</li> <li>• A CADA PARTICIPANTE SE PROPORCIONA UNA TARJETA DE IDENTIFICACIÓN PERSONAL DE DIFERENTE COLOR EN LA QUE DEBE ESCRIBIR CON LETRA GRANDE SU NOMBRE,</li> <li>• DICHA TARJETA SE PONDRÁ A UN LADO DEL PECHO, Y PERMANECERÁ DURANTE TODO EL PROCESO DEL TALLER.</li> <li>• SE ORGANIZARA CINCO GRUPOS DE APROXIMADAMENTE 7 PARTICIPANTES POR GRUPO Y POR COLOR DE TARJETA (SOLAPINES).</li> </ul>	15'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 50 TARJETAS DE TRES COLORES DIFERENTES.</li> <li>- 10 MARCADORES GRUESOS DE DISTINTOS COLORES.</li> <li>- 1 MASQUIN</li> <li>- PLANILLA DE REGISTRO</li> </ul>
	<b>APERTURA DEL TALLER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PALABRAS DE BIENVENIDA Y MOTIVACIÓN.</li> </ul>	QUE LOS/AS PARTICIPANTES CONOZCAN LAS CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CURSO	CADA FACILITADOR DA LAS PALABRAS DE BIENVENIDA Y DE MOTIVACIÓN EN FORMA DE PLENARIA GENERAL.	5'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
	<b>MOTIVACIÓN CONOCIÉNDONOS MAS E INTERCAMBIANDO PREGUNTAS PARA DAR INICIO RESOLVIENDO EL PRE - TEST</b>	GENERAR UN AMBIENTE DE INTEGRACIÓN E INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTOS	AL FINALIZAR LA SESIÓN LOS/AS PARTICIPANTES CONOCEN ALGUNAS CARACTERÍSTICAS PERSONALES DE LOS COMPAÑEROS/AS CON QUIENES VAN A COMPARTIR EL CURSO TALLER.  AL INICIO DEL CURSO TALLER LAS/OS PARTICIPANTES DEBEN PLASMAR DE MANERA ESCRITA EN EL PRE-TEST, SUS CONOCIMIENTOS ACERCA DE LAS PREGUNTAS.	<b>DINÁMICA DE GRUPO PRESENTACIÓN POR PAREJAS</b>  LOS FACILITADORES DAN LAS INDICACIONES DE QUE NOS VAMOS A PRESENTAR POR PAREJAS Y QUE ESTAS DEBEN INTERCAMBIAR DETERMINADO TIPO DE INFORMACIÓN DE INTERÉS DE TODOS EJEMPLO: NOMBRE, INTERÉS DEL CURSO, SUS EXPECTATIVAS, INFORMACIÓN SOBRE SU TRABAJO Y SU PROCEDENCIA, POSTERIORMENTE CADA PARTICIPANTE PRESENTA A SU PAREJA.  SE ORGANIZA Y SE PIDE A LAS/OS PARTICIPANTES QUE SAQUEN UN BOLÍGRAFO Y UN MARCADOR DELGADO.	45'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	- 1 DOCENA DE MARCADORES GRUESOS.  - 50 HOJAS DE PAPEL BOND  - FOTOCOPIAS DEL PRE - TEST.  - BOLÍGRAFOS.
	<b>MANUAL DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA MATERIAL DE APOYO</b>		CONOCER EL CONTENIDO DEL MANUAL	<b>"PROPORCIONANDO MATERIAL DE APOYO"</b>  • A CADA PARTICIPANTE SE LE PROPORCIONA UN MANUAL, UN FOLDER CON HOJAS DE PAPEL BOND, UN BOLIGRAFO Y UN MARCADOR DELGADO.	15'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	- MANUALES TURÍSTICOS  - FOLDERS  - BOLÍGRAFOS  - HOJAS DE PAPEL BOND  - MARCADORES DELGADOS

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
	<b>MODULO I</b> <b>TURISMO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TURISMO EMISIVO</li> <li>• TURISMO RECEPTIVO.</li> <li>• TURISMO INTERNO.</li> <li>• ¿QUIEN ES EL TURISTA?</li> <li>• TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJERO</li> <li>• BENEFICIOS Y RIESGOS DEL TURISMO</li> <li>• TURISMO SOSTENIBLE</li> <li>• CONCEPTOS ASOCIADOS AL TURISMO SOSTENIBLE</li> <li>• CAPACIDAD DE CARGA DE UN ESPACIO TURÍSTICO</li> <li>• LA CALIDAD DEL ESPACIO TURÍSTICO</li> <li>• IMPACTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL TURISMO</li> </ul>	DOTARLES DE INFORMACIÓN RELACIONADA AL TURISMO, PARA QUE TENGAN UN MEJOR DESENVOLVIMIENTO O EN LA ACTIVIDAD QUE REALIZAN.	TÉCNICA EXPOSITIVA Y PARTICIPATIVA  SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO.  PLENARIA GENERAL (ACLARACIÓN DE DUDAS)	60'	FACILITADORES, UNIVERSITARIOS	- MANUAL TURÍSTICO - ROTAFOLIOS - PUNTERO

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• IMPORTANCIA DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA NUESTRO MUNICIPIO</li> <li>• COMO BENEFICIA ECONÓMICAMENTE EL TURISMO</li> <li>• EFECTO MULTIPLICAR DE LA ECONOMÍA TURÍSTICA</li> <li>• SITUACIÓN DEL TURISMO EN BOLIVIA</li> </ul>					
	<b>DESCANSO</b>				15'		
	<b>MODULO II</b> <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ATRACTIVO TURÍSTICO</li> <li>• TIPOS DE RECURSO TURÍSTICO</li> <li>• RECURSOS ATRACTIVOS NATURALES</li> <li>• RECURSOS ATRACTIVOS CULTURALES</li> <li>• RECURSOS ATRACTIVOS HISTÓRICOS MONUMENTALES</li> </ul>	FORTALECER Y AMPLIAR CONOCIMIENTOS SOBRE ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y SU IMPORTANCIA EN EL MUNICIPIO	<b>TÉCNICA EXPOSITIVA Y PARTICIPATIVA</b>  SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO.  <b>DINÁMICA DE GRUPO CLASIFICANDO LOS ATRACTIVOS</b>  LOS FACILITADORES INDICAN A LOS PARTICIPANTES QUE DE ACUERDO AL COLOR DEL SOLAPIN QUE LLEVAN A UN LADO DEL PECHO DEBEN FORMAR TRES GRUPOS DEPENDIENDO DEL NUMERO DE PARTICIPANTES.	90'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	- MANUAL TURÍSTICO.  - ROTAFOLIO  - PUNTERO  - RECORTES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS,  - TELAS GANCHOS, CLAVOS  - TELEVISOR, VHS, VIDEOS.

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• RECURSOS ATRACTIVOS CULTURALES O</li> <li>• RECURSOS ATRACTIVOS HISTÓRICOS MONUMENTALES O</li> <li>• PRINCIPALES ATRACTIVOS DE TIWANAKU</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• EN UNA MESA SE PONDRÁ LOS RECORTES DE LOS DISTINTOS TIPOS DE ATRACTIVOS, PARA QUE POSTERIORMENTE LOS PARTICIPANTES VAYAN CLASIFICANDO LOS MISMOS DE ACUERDO A LA PREVIA EXPLICACIÓN DEL TEMA. UNA VEZ CLASIFICADOS LOS RECORTES, ESTOS DEBEN SER COLGADOS CON LOS GANCHOS EN LAS TELAS RESPECTIVAS. PARA CONCLUIR LA DINÁMICA CADA GRUPO DEBE NOMBRAR A UN REPRESENTANTE PARA QUE EXPLIQUE LO REALIZADO.</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>TALLER DE VIDEO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• MEDIANTE UN TELEVISOR Y UN VHS, SE MUESTRA A LOS PARTICIPANTES VIDEOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE BOLIVIA.</li> </ul>			
	<p style="text-align: center;"><b>MODULO III</b></p> <p style="text-align: center;"><b>SERVICIOS TURÍSTICOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SERVICIOS TURÍSTICOS</li> <li>• SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS</li> <li>• SERVICIOS DE TRANSPORTE</li> <li>• SERVICIOS DE HOSPEDAJE</li> <li>• SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN</li> </ul>	<p>QUE LOS/LAS PARTICIPANTES CONOZCAN LAS CARACTERÍSTICAS GENERALES Y ASIMILEN SOBRE LA IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS EN EL MUNICIPIO.</p>	<p><b>TÉCNICA EXPOSITIVA Y PARTICIPATIVA</b></p> <p>SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO</p>	85'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO.</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> <li>- ARTESANÍAS</li> <li>- UTENSILIOS DE COCINA, SILLAS MESAS</li> <li>- OTROS OBJETOS.</li> </ul>



DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• SERVICIOS DE INFRAESTRUCTURA</li> <li>• SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</li> <li>• CALIDAD DE SERVICIOS</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE INFRAESTRUCTURA</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</li> <li>• HIGIENE PERSONAL</li> <li>• RELACIONES HUMANAS</li> </ul>		<p style="text-align: center;"><b>DINÁMICA DE GRUPO TEATRALIZACION</b></p> <p>LOS FACILITADORES INDICAN A LOS PARTICIPANTES QUE DE ACUERDO AL COLOR DEL SOLAPIN QUE LLEVAN A UN LADO DEL PECHO DEBEN FORMAR TRES GRUPOS DEPENDIENDO DEL NUMERO DE PARTICIPANTES. POSTERIORMENTE CADA GRUPO DEBE TEATRALIZAR UNA CLASE DE PRESTACIÓN DE SERVICIO COMO SER: LA ATENCIÓN AL TURISTA EN UN HOTEL O ALOJAMIENTO, RESTAURANTE O PENSIÓN, EN LA VENTA DE ARTESANÍA, ETC.</p> <p>PARA CONCLUIR LA DINÁMICA, LOS PARTICIPANTES DEBEN ESMERARSE AL PRESENTAR EL TEATRO YA QUE LO MAS IMPORTANTE ES QUE TODOS PARTICIPEN, PARA QUE ASÍ EL GRUPO GANADOR SE LLEVE LAS FELICITACIONES Y LOS APLAUSOS DE TODOS.</p>			

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
2do. DIA	<b>MODULO IV CULTURA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DEFINICIÓN DE CULTURA</li> <li>• IMPORTANCIA DE LA CULTURA.</li> <li>• COSTUMBRES Y TRADICIONES DE LA CULTURA TIWANACOTA.</li> <li>• ARTESANÍA.</li> <li>• MÚSICA Y DANZA</li> <li>• GASTRONOMÍA</li> <li>• MITOS Y RELIGIÓN.</li> <li>• CHALLA</li> </ul>	DOTARLES DE INFORMACIÓN RELACIONADA A LO QUE ES CULTURA Y CULTURA TIWANAKOTA.	<p><b>TÉCNICA EXPOSITIVA Y PARTICIPATIVO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO.</li> <li>• MEDIANTE UN TELEVISOR Y UN VHS SE MUESTRA A LOS PARTICIPANTES VIDEOS SOBRE ARTESANÍA, MÚSICA Y DANZA, GASTRONOMÍA DE BOLIVIA.</li> </ul>	60'	UNIVERSITARIOS FACILITADORES	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO.</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> <li>- TV. VHS Y VIDEOS</li> </ul>
	<b>MODULO V MEDIO AMBIENTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿QUÉ ES MEDIO AMBIENTE?</li> <li>• EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE EN BOLIVIA</li> <li>• DEFINICIÓN DE ECOSISTEMAS</li> <li>• CLASIFICACIÓN DE ECOSISTEMAS</li> <li>• ALTERACIONES DE LOS ECOSISTEMAS</li> <li>• LA ATMÓSFERA</li> <li>• EL AGUA</li> <li>• EL SUELO</li> <li>• LA FLORA</li> </ul>	SOCIALIZAR CONOCIMIENTOS EN EL ÁREA DEL MEDIO AMBIENTE PARA LOGRAR UNA BUENA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL EN EL MUNICIPIO DE TIWANAKU.	<p><b>TÉCNICA EXPOSITIVA PARTICIPATIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONEN LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO.</li> <li>• PLENARIA GENERAL</li> </ul> <p><b>DINÁMICA DE GRUPO RECREANDO MI ESPACIO</b></p> <p>LOS FACILITADORES INDICAN A LOS PARTICIPANTES QUE DE ACUERDO AL COLOR DEL SOLAPIN QUE LLEVAN A UN LADO DEL PECHO DEBEN FORMAR TRES GRUPOS DEPENDIENDO DEL NUMERO DE PARTICIPANTES.</p>	100'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO</li> <li>- PUNTERO</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- GLOBOS DE DE DISTINTOS COLORES</li> <li>- MARCADORES GRUESOS</li> </ul>

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• LA FAUNA</li> <li>• EL RUIDO</li> <li>• PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE.</li> <li>• RECICLAJE DE BASURA.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• POSTERIORMENTE, LOS FACILITADORES LES PROPORCIONAN GLOBOS DE DISTINTOS COLORES, DONDE CADA UNO DE ELLOS ESCRIBE PALABRAS DE ACUERDO A LA TEMÁTICA DE CADA GRUPO, POR EJEMPLO: DEBEN ESCRIBIR PALABRAS QUE COMPONEN EL MEDIO AMBIENTE (AGUA, AIRE, TIERRA, ETC), PALABRAS QUE CONTAMINAN EL MEDIO AMBIENTE, (HUMO, PESTICIDAS, ETC), Y FRASES QUE DIGAN COMO NO CONTAMINAR EL MEDIO AMBIENTE, (RECICLAR LA BASURA).</li> <li>• PARA TERMINAR ESTA DINÁMICA CADA PARTICIPANTE DEBE LEER EN VOZ ALTA LO QUE ESCRIBIÓ EN EL GLOBO, PARA QUE ASI TODOS VAYAN ESCUCHANDO Y APRENDIENDO.</li> </ul>			
	<b>DESCANSO</b>				15'		
	<b>MODULO VI</b> <b>PRODUCCIÓN</b> <b>PROMOCIÓN Y</b> <b>COMERCIALIZACIÓN</b> <b>DE PRODUCTOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MICROEMPRESA</li> <li>• FORMACIÓN DE MICROEMPRESA</li> <li>• PRODUCCIÓN</li> <li>• MERCADEO</li> <li>• MERCADO TURÍSTICO</li> </ul>	SOCIALIZAR CONOCIMIENTOS EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN PARA LOGRAR UNA BUENA PROMOCIÓN DEL MUNICIPIO.	<b>TÉCNICA EXPOSITIVA PARTICIPATIVA</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE LOS CONTENIDOS A TRAVÉS DE UN ROTAFOLIO.</li> </ul>	75'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO</li> <li>- PUNTERO</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- T.V. VHS, VIDEOS</li> </ul>

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMATICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• OFERTA</li> <li>• DEMANDA</li> <li>• PROMOCIÓN</li> <li>• PROMOCIÓN TURÍSTICA</li> <li>• RELACIONES PUBLICAS</li> <li>• COMERCIALIZACIÓN</li> </ul>		<p style="text-align: center;"><b>TALLER DE VIDEO</b></p> <p>MEDIANTE UN TELEVISOR Y UN VHS SE MUESTRA A LOS PARTICIPANTES UN VIDEO SOBRE PRODUCCIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.</p>			
	<p style="text-align: center;"><b>MODULO VII</b></p> <p style="text-align: center;"><b>GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿QUÉ ES GESTIÓN?</li> <li>• FUNCIONES QUE DEBE CUMPLIR EL GOBIERNO MUNICIPAL.</li> <li>• INSTRUMENTOS IMPORTANTES DE LA GESTIÓN.</li> <li>• SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LAS ETAPAS DE LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA Y SUS RESULTADOS.</li> <li>• COORDINACIÓN ENTRE TODOS LOS AGENTES SOCIALES.</li> <li>• PARTICIPACIÓN POPULAR.</li> <li>• APOYO AL SECTOR EMPRESARIAL.</li> </ul>	<p>IDENTIFICAR EL NIVEL DE PARTICIPACIÓN DE LAS AUTORIDADES LOCALES EN LA GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL Y EN LA ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS.</p>	<p style="text-align: center;"><b>TÉCNICA ESPOSITIVA PARTICIPATIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE LOS CONTENIDOS A TRAVÉS DE UN ROTAFOLIO.</li> <li>• INTERCAMBIO DE IDEAS A TRAVÉS DEL DIALOGO.</li> </ul>	90'	FACILITADORES	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> </ul>

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• MANTENIMIENTO ACTUALIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.</li> <li>• CAPACITACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS.</li> <li>• CONTROL DE CALIDAD</li> <li>• EL FINANCIAMIENTO</li> </ul>					
	<b>CONCLUSIÓN, EVALUACIÓN Y CIERRE DEL TALLER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONCLUSIÓN EVALUACIÓN.</li> <li>• CIERRE DEL TALLER</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ AL CONCLUIR LOS MÓDULOS, LAS/OS PARTICIPANTES DEBEN PLASMAR DE MANERA ESCRITA EN EL POST- TEST LOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS ACERCA DE LOS CONTENIDOS AVANZADOS</li> <li>▪ AL FINALIZAR LA CAPACITACIÓN CADA PARTICIPANTE RECIBE UN CERTIFICADO DE ASISTENCIA.</li> </ul>	<p>SE ORGANIZA Y SE PIDE A LAS/OS PARTICIPANTES QUE GUARDEN TODO SU MATERIAL Y SAQUEN UN BOLÍGRAFO PARA RESOLVER EL POST-TEST.</p> <p>PALABRAS DE AGRADECIMIENTO POR LA ASISTENCIA DE LOS PARTICIPANTES.</p>	20'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- FOTOCOPIAS DEL POST-TEST.</li> <li>- BOLIGRAFOS</li> </ul>

**6.5.3.4 TALLER DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA A AUTORIDADES LOCALES DEL MUNICIPIO**

**OBJETIVO GENERAL:** SOCIALIZAR CONOCIMIENTOS EN EL ÁREA DEL TURISMO PARA LOGRAR UNA BUENA GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL.

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
1er. DIA	PROGRAMA ORGANIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE PARTICIPANTES	<ul style="list-style-type: none"> <li>REGISTRO DE PARTICIPANTES</li> <li>IDENTIFICACIÓN PERSONAL.</li> <li>FORMACIÓN DE GRUPOS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ORGANIZACIÓN DE GRUPOS POR EL COLOR DE TARJETAS (SOLAPINES)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PLANILLA DE REGISTRO</li> <li>CADA PARTICIPANTE SE REGISTRA EN LA PLANILLA.</li> <li>A CADA PARTICIPANTE SE PROPORCIONA UNA TARJETA DE IDENTIFICACIÓN PERSONAL DE DIFERENTE COLOR EN LA QUE DEBE ESCRIBIR CON LETRA GRANDE SU NOMBRE,</li> <li>DICHA TARJETA SE PONDRÁ A UN LADO DEL PECHO, Y PERMANECERÁ DURANTE TODO EL PROCESO DEL TALLER.</li> <li>SE ORGANIZARA CINCO GRUPOS DE APROXIMADAMENTE 7 PARTICIPANTES POR GRUPO Y POR COLOR DE TARJETA (SOLAPINES).</li> </ul>	15'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 50 TARJETAS DE TRES COLORES DIFERENTES.</li> <li>- 10 MARCADORES GRUESOS DE DISTINTOS COLORES.</li> <li>- 1 MASQUIN</li> <li>- PLANILLA DE REGISTRO</li> </ul>
	APERTURA DEL TALLER	<ul style="list-style-type: none"> <li>PALABRAS DE BIENVENIDA Y MOTIVACIÓN.</li> </ul>	QUE LOS/AS PARTICIPANTES CONOZCAN LAS CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CURSO	CADA FACILITADOR DA LAS PALABRAS DE BIENVENIDA Y DE MOTIVACIÓN EN FORMA DE PLENARIA GENERAL.	5'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
	<b>MOTIVACIÓN CONOCIÉNDONOS MAS E INTERCAMBIANDO PREGUNTAS, PARA DAR INICIO RESOLVIENDO EL PRE-TEST</b>	GENERAR UN AMBIENTE DE INTEGRACIÓN E INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTOS	AL FINALIZAR LA SESIÓN LOS/AS PARTICIPANTES CONOCEN ALGUNAS CARACTERÍSTICAS PERSONALES DE LOS COMPAÑEROS/AS CON QUIENES VAN A COMPARTIR EL CURSO TALLER.  AL INICIO DEL CURSO TALLER LAS/OS PARTICIPANTES DEBEN PLASMAR DE MANERA ESCRITA EN EL PRE-TEST, SUS CONOCIMIENTOS ACERCA DE LAS PREGUNTAS.	<b>DINÁMICA DE GRUPO PRESENTACIÓN POR PAREJAS</b>  LOS FACILITADORES DAN LAS INDICACIONES DE QUE NOS VAMOS A PRESENTAR POR PAREJAS Y QUE ESTAS DEBEN INTERCAMBIAR DETERMINADO TIPO DE INFORMACIÓN DE INTERÉS DE TODOS EJEMPLO: NOMBRE, INTERÉS DEL CURSO, SUS EXPECTATIVAS, INFORMACIÓN SOBRE SU TRABAJO Y SU PROCEDENCIA, POSTERIORMENTE CADA PARTICIPANTE PRESENTA A SU PAREJA.  SE ORGANIZA Y SE PIDE A LOS/AS PARTICIPANTES QUE SAQUEN UN BOLÍGRAFO PARA RESOLVER EL PRE-TEST.	30'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	-1 DOCENA DE MARCADORES GRUESOS  -50 HOJAS DE PAPEL BOND.  -FOTOCOPIAS DEL PRE-TEST.  -BOLÍGRAFOS
	<b>MANUAL DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA MATERIAL DE APOYO</b>		CONOCER EL CONTENIDO DEL MANUAL.	<b>"PROPORCIONANDO MATERIAL DE APOYO"</b>  A CADA PARTICIPANTE SE LE PROPORCIONA UN MANUAL, UN FOLDER CON HOJAS DE PAPEL BOND, UN BOLÍGRAFO Y UN MARCADOR DELGADO.	15'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	- MANUALES TURÍSTICOS  - FOLDERS  - BOLÍGRAFOS  - HOJAS DE PAPEL BOND  - MARCADORES DELGADOS

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
	<b>MODULO I TURISMO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TURISMO EMISIVO</li> <li>• TURISMO RECEPTIVO.</li> <li>• TURISMO INTERNO.</li> <li>• ¿QUIEN ES EL TURISTA?</li> <li>• TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJERO</li> <li>• BENEFICIOS Y RIESGOS DEL TURISMO</li> <li>• TURISMO SOSTENIBLE, CONCEPTOS ASOCIADOS AL TURISMO SOSTENIBLE</li> <li>• CAPACIDAD DE CARGA DE UN ESPACIO TURÍSTICO</li> <li>• LA CALIDAD DEL ESPACIO TURÍSTICO</li> <li>• IMPACTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL TURISMO</li> <li>• IMPORTANCIA DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA NUESTRO MUNICIPIO</li> </ul>	<p>DOTARLES DE INFORMACIÓN RELACIONADA AL TURISMO, PARA QUE TENGAN UN MEJOR DESENVOLVIMIENT O EN LA ACTIVIDAD QUE REALIZAN.</p>	<p><b>TÉCNICA EXPOSITIVA Y PARTICIPATIVA</b></p> <p>SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIOS.</p> <p>PLENARIA GENERAL (ACLARACIÓN DE DUDAS)</p>	60'	FACILITADORES, UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO</li> <li>- ROTAFOLIOS</li> <li>- PUNTERO</li> </ul>



DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• COMO BENEFICIA ECONÓMICAMENTE EL TURISMO</li> <li>• EFECTO MULTIPLICADOR DE LA ECONOMÍA TURÍSTICA</li> <li>• SITUACIÓN DEL TURISMO EN BOLIVIA</li> </ul>					
	<b>DESCANSO</b>				15'		
	<b>MODULO II ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ATRACTIVO TURÍSTICO</li> <li>• TIPOS DE RECURSO TURÍSTICO</li> <li>• RECURSOS ATRACTIVOS NATURALES</li> <li>• RECURSOS ATRACTIVOS CULTURALES</li> <li>• RECURSOS ATRACTIVOS HISTÓRICOS MONUMENTALES</li> <li>• PRINCIPALES ATRACTIVOS DE TIWANAKU</li> </ul>	FORTALECER Y AMPLIAR CONOCIMIENTOS SOBRE ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y SU IMPORTANCIA EN EL MUNICIPIO	<b>TÉCNICA EXPOSITIVA Y PARTICIPATIVA</b>  SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO.  <b>DINÁMICA DE GRUPO CLASIFICANDO LOS ATRACTIVOS</b>  LOS FACILITADORES INDICAN A LOS PARTICIPANTES QUE DE ACUERDO AL COLOR DEL SOLAPIN QUE LLEVAN A UN LADO DEL PECHO DEBEN FORMAR TRES GRUPOS DEPENDIENDO DEL NUMERO DE PARTICIPANTES.	90'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	- MANUAL TURÍSTICO. - ROTAFOLIO - PUNTERO - RECORTES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS, - TELAS GANCHOS, CLAVOS - TELEVISOR, VHS, VIDEOS.

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
				<p>EN UNA MESA SE COLOCA LOS RECORTES DE LOS DISTINTOS TIPOS DE ATRACTIVOS, PARA QUE POSTERIORMENTE LOS PARTICIPANTES VAYAN CLASIFICANDO LOS MISMOS DE ACUERDO A LA PREVIA EXPLICACIÓN DEL TEMA. UNA VEZ CLASIFICADOS LOS RECORTES, ESTOS DEBEN SER COLGADOS CON LOS GANCHOS EN LAS TELAS RESPECTIVAS.</p> <p>PARA CONCLUIR LA DINÁMICA CADA GRUPO</p> <p>DEBE NOMBRAR UN REPRESENTANTE PARA QUE EXPLIQUE LO REALIZADO.</p> <p><b>TALLER DE VIDEO</b>  MEDIANTE UN TELEVISOR Y UN VHS, SE MUESTRA A LOS PARTICIPANTES VIDEOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE BOLIVIA.</p>			
	<p><b>MODULO III</b></p> <p><b>SERVICIOS TURÍSTICOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SERVICIOS TURÍSTICOS</li> <li>• SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS</li> <li>• SERVICIOS DE TRANSPORTE</li> <li>• SERVICIOS DE HOSPEDAJE</li> <li>• SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN</li> </ul>	<p>QUE LOS/LAS PARTICIPANTES CONOZCAN LAS CARACTERÍSTICAS GENERALES Y ASIMILEN SOBRE LA IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS EN EL MUNICIPIO.</p>	<p><b>TÉCNICA EXPOSITIVA Y PARTICIPATIVA</b></p> <p>SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO.</p>	85'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO.</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> <li>- ARTESANÍAS</li> <li>- UTENSILIOS DE COCINA, SILLAS MESAS</li> <li>- OTROS OBJETOS.</li> </ul>

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• SERVICIOS DE INFRAESTRUCTURA</li> <li>• SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</li> <li>• CALIDAD DE SERVICIOS</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE INFRAESTRUCTURA</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</li> <li>• HIGIENE PERSONAL</li> <li>• RELACIONES HUMANAS</li> </ul>		<p><b>DINÁMICA DE GRUPO TEATRALIZACION</b></p> <p>LOS FACILITADORES INDICAN A LOS PARTICIPANTES QUE DE ACUERDO AL COLOR DEL SOLAPIN QUE LLEVAN A UN LADO DEL PECHO DEBEN FORMAR TRES GRUPOS DEPENDIENDO DEL NUMERO DE PARTICIPANTES.</p> <p>POSTERIORMENTE CADA GRUPO DEBE TEATRALIZAR UNA CLASE DE PRESTACIÓN DE SERVICIO COMO SER: LA ATENCIÓN AL TURISTA EN UN HOTEL O ALOJAMIENTO, RESTAURANTE O PENSIÓN, EN LA VENTA DE ARTESANÍA, ETC.</p> <p>PARA CONCLUIR LA DINÁMICA, LOS PARTICIPANTES DEBEN ESMERARSE AL PRESENTAR EL TEATRO YA QUE LO MAS IMPORTANTE ES QUE TODOS PARTICIPEN, PARA QUE ASI EL GRUPO GANADOR SE LLEVE LAS FELICITACIONES Y LOS APLAUSOS DE TODOS.</p>			
2do. DIA	MODULO IV CULTURA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DEFINICIÓN DE CULTURA</li> <li>• IMPORTANCIA DE LA CULTURA.</li> <li>• DEFINICIÓN DE COSTUMBRE Y TRADICIÓN.</li> </ul>	DOTARLES DE INFORMACIÓN RELACIONADA A LO QUE ES CULTURA Y CULTURA TIWANAKOTA.	<p><b>TÉCNICA EXPOSITIVA Y PARTICIPATIVO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO.</li> </ul>	60'	UNIVERSITARIOS FACILITADORES	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO.</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> <li>- TV. VHS Y VIDEOS</li> </ul>

DÍA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• COSTUMBRES Y TRADICIONES DE LA CULTURA TIWANACOTA.</li> <li>• ARTESANÍA.</li> <li>• MÚSICA Y DANZA</li> <li>• GASTRONOMÍA</li> <li>• MITOS Y RELIGIÓN.</li> <li>• CHALLA</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• MEDIANTE UN TELEVISOR Y UN VHS SE MUESTRA A LOS PARTICIPANTES VIDEOS SOBRE ARTESANÍA, MÚSICA Y DANZA, GASTRONOMÍA DE BOLIVIA.</li> </ul>			
	<p><b>MODULO V</b></p> <p><b>MEDIO AMBIENTE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿QUE ES MEDIO AMBIENTE?</li> <li>• EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE EN BOLIVIA</li> <li>• DEFINICIÓN DE ECOSISTEMAS</li> <li>• CLASIFICACIÓN DE ECOSISTEMAS</li> <li>• ALTERACIONES DE LOS ECOSISTEMAS</li> <li>• LA ATMOSFERA</li> <li>• EL AGUA</li> <li>• EL SUELO</li> <li>• LA FLORA</li> <li>• LA FAUNA</li> <li>• EL RUIDO</li> <li>• PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE</li> <li>• RECICLAJE DE BASURA</li> </ul>	<p>SOCIALIZAR CONOCIMIENTOS EN EL ÁREA DEL MEDIO AMBIENTE PARA LOGRAR UNA BUENA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL EN EL MUNICIPIO DE TIWANAKU.</p>	<p><b>TÉCNICA EXPOSITIVA PARTICIPATIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONEN LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO.</li> <li>• PLENARIA GENERAL</li> </ul> <p><b>DINÁMICA DE GRUPO RECREANDO MI ESPACIO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LOS FACILITADORES INDICAN A LOS PARTICIPANTES QUE DE ACUERDO AL COLOR DEL SOLAPIN QUE LLEVAN A UN LADO DEL PECHO DEBEN FORMAR TRES GRUPOS DEPENDIENDO DEL NUMERO DE PARTICIPANTES.</li> </ul>	100'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO</li> <li>- 1 PUNTERO</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- GLOBOS DE DISTINTOS COLORES</li> <li>- MARCADORES GRUESOS</li> </ul>

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
				<ul style="list-style-type: none"> <li>• POSTERIORMENTE, LOS FACILITADORES LES PROPORCIONAN GLOBOS DE DISTINTOS COLORES, DONDE CADA UNO DE ELLOS ESCRIBE PALABRAS DE ACUERDO A LA TEMÁTICA DE CADA GRUPO, POR EJEMPLO: DEBEN ESCRIBIR PALABRAS QUE COMPONEN EL MEDIO AMBIENTE (AGUA, AIRE, TIERRA, ETC), PALABRAS QUE CONTAMINAN EL MEDIO AMBIENTE, (HUMO, PESTICIDAS, ETC), Y FRASES QUE DIGAN COMO NO CONTAMINAR EL MEDIO AMBIENTE, (RECICLAR LA BASURA)</li> <li>• PARA TERMINAR ESTA DINÁMICA CADA PARTICIPANTE DEBE LEER EN VOZ ALTA LO QUE ESCRIBIÓ EN EL GLOBO, PARA QUE ASI TODOS VAYAN ESCUCHANDO Y APRENDIENDO.</li> </ul>			
	<b>DESCANSO</b>				15'		
	<b>MODULO VI PRODUCCIÓN PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MICROEMPRESA</li> <li>• FORMACIÓN DE MICROEMPRESA</li> <li>• PRODUCCIÓN</li> <li>• MERCADEO</li> <li>• MERCADO TURÍSTICO</li> <li>• OFERTA</li> <li>• DEMANDA</li> </ul>	SOCIALIZAR CONOCIMIENTOS EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN PARA LOGRAR UNA BUENA PROMOCIÓN DEL MUNICIPIO.	<b>TÉCNICA EXPOSITIVA PARTICIPATIVA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE LOS CONTENIDOS A TRAVÉS DE UN ROTAFOLIO.</li> </ul> <b>TALLER DE VIDEO</b> MEDIANTE UN TELEVISOR Y UN VHS SE MUESTRA A LOS PARTICIPANTES UN VIDEO SOBRE PRODUCCIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.	75'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO</li> <li>- PUNTERO</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- T.V. VHS. VIDEOS</li> </ul>

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• PROMOCIÓN</li> <li>• PROMOCIÓN TURÍSTICA</li> <li>• RELACIONES PUBLICAS</li> <li>• COMERCIALIZACIÓN</li> <li>• PRODUCTO TURÍSTICO</li> </ul>					
	<p><b>MODULO VII</b></p> <p><b>GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿QUÉ ES GESTIÓN?</li> <li>• FUNCIONES QUE DEBE CUMPLIR EL GOBIERNO MUNICIPAL.</li> <li>• INSTRUMENTOS IMPORTANTES DE LA GESTIÓN.</li> <li>• SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LAS ETAPAS DE LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA Y SUS RESULTADOS.</li> <li>• COORDINACIÓN ENTRE TODOS LOS AGENTES SOCIALES.</li> <li>• PARTICIPACIÓN POPULAR.</li> <li>• APOYO AL SECTOR EMPRESARIAL.</li> </ul>	<p>IDENTIFICAR EL NIVEL DE PARTICIPACIÓN DE LAS AUTORIDADES LOCALES EN LA GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL Y EN LA ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS.</p>	<p><b>TÉCNICA ESPOSITIVA PARTICIPATIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE LOS CONTENIDOS A TRAVÉS DE UN ROTAFOLIO.</li> <li>• INTERCAMBIO DE IDEAS A TRAVÉS DEL DIALOGO.</li> </ul>	80'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> </ul>

DÍA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• MANTENIMIENTO Y ACTUALIZACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.</li> <li>• CAPACITACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS.</li> <li>• CONTROL DE CALIDAD</li> <li>• EL FINANCIAMIENTO</li> </ul>					
	<b>CONCLUSIÓN, EVALUACIÓN Y CIERRE DEL TALLER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONCLUSIÓN EVALUACIÓN.</li> <li>• CIERRE DEL TALLER</li> </ul>	<p>AL CONCLUIR LOS MÓDULOS, LAS/OS PARTICIPANTES DEBEN PLASMAR DE MANERA ESCRITA EN EL POST-TEST LOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS ACERCA DE LOS CONTENIDOS AVANZADOS.</p> <p>AL FINALIZAR LA CAPACITACIÓN CADA PARTICIPANTE RECIBE UN CERTIFICADO DE ASISTENCIA.</p>	<p>SE ORGANIZA Y SE PIDE A LAS/OS PARTICIPANTES QUE GUARDEN TODO SU MATERIAL Y SAQUEN UN BOLÍGRAFO PARA RESOLVER EL POST-TEST.</p> <p>PALABRAS DE AGRADECIMIENTO POR LA ASISTENCIA A LOS PARTICIPANTES</p>	20'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- FOTOCOPIAS DEL POST-TEST</li> <li>- BOLÍGRAFOS</li> </ul>

**6.5.3.5 TALLER DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA A ESTUDIANTES DE 3ro. Y 4to. DE SECUNDARIA**

**OBJETIVO GENERAL:** DOTAR A LOS ESTUDIANTES DE 3ro. y 4to. DE SECUNDARIA DE ELEMENTOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS NECESARIOS, SOBRE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA, PARA UN MAYOR Y MEJOR CONOCIMIENTO DE ESTA ACTIVIDAD.

DÍA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
1er. DIA	PROGRAMA ORGANIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE PARTICIPANTES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• REGISTRO DE PARTICIPANTES</li> <li>• IDENTIFICACIÓN PERSONAL.</li> <li>• FORMACIÓN DE GRUPOS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ORGANIZACIÓN DE GRUPOS POR EL COLOR DE TARJETAS (SOLAPINES)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PLANILLA DE REGISTRO</li> <li>• CADA PARTICIPANTE SE REGISTRA EN LA PLANILLA.</li> <li>• A CADA PARTICIPANTE SE PROPORCIONA UNA TARJETA DE IDENTIFICACIÓN PERSONAL DE UN DETERMINADO COLOR EN LA QUE DEBE ESCRIBIR CON LETRA GRANDE SU NOMBRE.</li> <li>• DICHA TARJETA SE PONDRÁ A UN LADO DEL PECHO, Y PERMANECERÁ DURANTE TODO EL PROCESO DEL TALLER.</li> <li>• SE ORGANIZARA TRES GRUPOS DE APROXIMADAMENTE 7 PARTICIPANTES POR GRUPO Y POR COLOR DE TARJETA (SOLAPINES).</li> </ul>	30'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 50 TARJETAS DE TRES COLORES DIFERENTES.</li> <li>- 10 MARCADORES GRUESOS DE DISTINTOS COLORES.</li> <li>- 1 MASQUIN.</li> <li>- PLANILLA DE REGISTRO.</li> </ul>
08:30	APERTURA DEL TALLER	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PALABRAS DE BIENVENIDA Y MOTIVACIÓN.</li> </ul>	QUE LOS/AS PARTICIPANTES CONOZCAN LAS CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CURSO.	CADA FACILITADOR DA LAS PALABRAS DE BIENVENIDA Y DE MOTIVACIÓN EN FORMA DE PLENARIA GENERAL.	10'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	



DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECÍFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
	<b>MOTIVACIÓN CONOCIÉNDONOS MAS E INTERCAMBIANDO PREGUNTAS, PARA DAR INICIO RESOLVIENDO EL PRE-TEST</b>	GENERAR UN AMBIENTE DE INTEGRACIÓN E INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTOS.	AL FINALIZAR LA SESIÓN LOS/AS PARTICIPANTES CONOCEN ALGUNAS CARACTERÍSTICAS PERSONALES DE LOS COMPAÑEROS/AS CON QUIENES COMPARTIRÁN EL CURSO TALLER.	<b>DINÁMICA DE GRUPOS PRESENTACIÓN POR PAREJAS</b>  LOS FACILITADORES DAN LAS INDICACIONES DE QUE NOS VAMOS A PRESENTAR POR PAREJAS Y QUE ESTAS DEBEN INTERCAMBIAR DETERMINADO TIPO DE INFORMACIÓN DE INTERÉS DE TODOS EJEMPLO: NOMBRE, INTERÉS DEL CURSO, SUS EXPECTATIVAS, INFORMACIÓN SOBRE SU TRABAJO Y SU PROCEDENCIA, POSTERIORMENTE CADA PARTICIPANTE PRESENTA A SU PAREJA.  SE ORGANIZA Y SE PIDE A LOS/AS PARTICIPANTES QUE SAQUEN UN BOLÍGRAFO PARA RESOLVER EL PRE-TEST.	40'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	- 1 DOCENA DE MARCADORES GRUESOS  - 50 HOJAS DE PAPEL BOND  - FOTOCOPIAS DEL PRE-TEST  - BOLÍGRAFOS
	<b>MANUAL DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA MATERIAL DE APOYO</b>		CONOCER EL CONTENIDO DEL MANUAL.	<b>"PROPORCIONANDO MATERIAL DE APOYO"</b>  A CADA PARTICIPANTE SE LE PROPORCIONA UN MANUAL UN FOLDER CON HOJAS DEL PAPEL BOND, UN BOLÍGRAFO Y UN MARCADOR DELGADO.	15'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	- MANUALES TURÍSTICOS  - FOLDERS  - BOLÍGRAFOS  - HOJAS DE PAPEL BOND  - MARCADORES DELGADOS

DÍA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
	<p><b>MODULO I</b></p> <p><b>TURISMO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TURISMO EMISIVO</li> <li>• TURISMO RECEPTIVO.</li> <li>• TURISMO INTERNO.</li> <li>• ¿QUIEN ES EL TURISTA?</li> <li>• TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS</li> <li>• BENEFICIOS Y RIESGOS DEL TURISMO.</li> <li>• TURISMO SOSTENIBLE</li> <li>• CONCEPTOS ASOCIADOS AL TURISMO SOSTENIBLE</li> <li>• CAPACIDAD DE CARGA DE UN ESPACIO TURÍSTICO</li> <li>• LA CALIDAD DEL ESPACIO TURÍSTICO</li> <li>• IMPACTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL TURISMO</li> <li>• IMPORTANCIA DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA NUESTRO MUNICIPIO</li> <li>• COMO BENEFICIA ECONÓMICAMENTE EL TURISMO</li> </ul>	<p>DOTARLES DE INFORMACIÓN RELACIONADA AL TURISMO, PARA QUE TENGAN UN MEJOR DESENVOLVIMIENTO EN LA ACTIVIDAD QUE REALIZAN.</p>	<p><b>TÉCNICA EXPOSITIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIOS.</li> <li>• PLENARIO GENERAL (ACLARACIONES A DUDAS)</li> </ul>	85'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> </ul>

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• EFECTO MULTIPLICADOR DE LA ECONOMÍA TURÍSTICA</li> <li>• SITUACIÓN DEL TURISMO EN BOLIVIA</li> </ul>					
	<b>DESCANSO</b>				20'		
	<b>MODULO II</b> <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ATRACTIVO TURÍSTICO</li> <li>• TIPOS DE RECURSO TURÍSTICO</li> <li>• RECURSOS ATRACTIVOS NATURALES</li> <li>• RECURSOS ATRACTIVOS CULTURALES</li> <li>• RECURSOS ATRACTIVOS HISTÓRICOS MONUMENTALES</li> <li>• PRINCIPALES ATRACTIVOS DE TIWANAKU</li> </ul>	FORTALECER Y AMPLIAR CONOCIMIENTOS SOBRE ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y SU IMPORTANCIA EN EL MUNICIPIO.	<p><b>TÉCNICA EXPOSITIVA Y PARTICIPATIVA</b></p> <p>SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO.</p> <p><b>DINÁMICA DE GRUPO CLASIFICANDO LOS ATRACTIVOS</b></p> <p>LOS FACILITADORES INDICAN A LOS PARTICIPANTES QUE DE ACUERDO AL COLOR DEL SOLAPIN QUE LLEVAN A UN LADO DEL PECHO DEBEN FORMAR TRES GRUPOS DEPENDIENDO DEL NUMERO DE PARTICIPANTES.</p> <p>EN UNA MESA SE COLOCA LOS RECORTES DE LOS DISTINTOS TIPOS DE ATRACTIVOS, PARA QUE POSTERIORMENTE LOS PARTICIPANTES VAYAN CLASIFICANDO LOS MISMOS DE ACUERDO A LA PREVIA EXPLICACION DEL TEMA. UNA VEZ CLASIFICADOS LOS RECORTES, ESTOS DEBEN SER COLGADOS CON LOS GANCHOS EN LAS TELAS RESPECTIVAS.</p>	90'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO.</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> <li>- RECORTES DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS,</li> <li>- TELAS</li> <li>- GANCHOS</li> <li>- CLAVOS</li> <li>- TELEVISOR, VHS, VIDEOS.</li> </ul>

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
				<p>PARA CONCLUIR LA DINÁMICA CADA GRUPO</p> <p>DEBE NOMBRAR UN REPRESENTANTE PARA QUE EXPLIQUE LO REALIZADO.</p> <p><b>TALLER DE VIDEO</b></p> <p>MEDIANTE UN TELEVISOR Y UN VHS, SE MUESTRA A LOS PARTICIPANTES VIDEOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE BOLIVIA.</p>			
	<p><b>MODULO III</b></p> <p><b>SERVICIOS TURÍSTICOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SERVICIOS TURÍSTICOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS</li> <li>• SERVICIOS DE TRANSPORTE</li> <li>• SERVICIOS DE HOSPEDAJE</li> <li>• SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN</li> <li>• SERVICIOS DE INFRAESTRUCTURA</li> <li>• SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</li> <li>• CALIDAD DE SERVICIOS</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE</li> </ul>	<p>QUE LOS/LAS PARTICIPANTES CONOZCAN LAS CARACTERÍSTICAS GENERALES Y ASIMILEN SOBRE LA IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS EN EL MUNICIPIO.</p>	<p><b>TÉCNICA EXPOSITIVA Y PARTICIPATIVA</b></p> <p>SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO.</p> <p><b>DINÁMICA DE GRUPO TEATRALIZACION</b></p> <p>LOS FACILITADORES INDICAN A LOS PARTICIPANTES QUE DE ACUERDO AL COLOR DEL SOLAPIN QUE LLEVAN A UN LADO DEL PECHO DEBEN FORMAR TRES GRUPOS DEPENDIENDO DEL NUMERO DE PARTICIPANTES. POSTERIORMENTE CADA GRUPO DEBE TEATRALIZAR UNA CLASE DE PRESTACIÓN DE SERVICIO COMO SER: LA ATENCIÓN AL TURISTA EN UN HOTEL O ALOJAMIENTO, RESTAURANTE O PENSIÓN, EN LA VENTA DE ARTESANÍA, ETC.</p>	105'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO.</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> <li>- ARTESANÍAS</li> <li>- UTENSILIOS DE COCINA, SILLAS MESAS</li> <li>- OTROS OBJETOS.</li> </ul>

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE INFRAESTRUCTURA</li> <li>• CALIDAD EN LOS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</li> <li>• HIGIENE PERSONAL</li> <li>• RELACIONES HUMANAS</li> </ul>		<p>PARA CONCLUIR LA DINÁMICA, LOS PARTICIPANTES DEBEN ESMERARSE AL PRESENTAR EL TEATRO YA QUE LO MAS IMPORTANTE ES QUE TODOS PARTICIPEN, PARA QUE ASI EL GRUPO GANADOR SE LLEVE LAS FELICITACIONES Y LOS APLAUSOS DE TODOS.</p>			
	<b>MODULO IV CULTURA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DEFINICIÓN DE CULTURA</li> <li>• IMPORTANCIA DE LA CULTURA.</li> <li>• DEFINICIÓN DE COSTUMBRE Y TRADICIÓN</li> <li>• COSTUMBRES Y TRADICIONES DE LA CULTURA TIWANACOTA.</li> <li>• ARTESANÍA.</li> <li>• CERÁMICA</li> <li>• MÚSICA Y DANZA</li> <li>• GASTRONOMÍA</li> <li>• MITOS Y RELIGIÓN.</li> <li>• CHALLA</li> </ul>	<p>DOTARLES DE INFORMACIÓN RELACIONADA A LO QUE ES CULTURA Y CULTURA TIWANAKOTA.</p>	<p><b>TÉCNICA EXPOSITIVA Y PARTICIPATIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONE LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO</li> </ul> <p><b>TALLER DE VIDEO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• MEDIANTE UN TELEVISOR Y UN VHS SE MUESTRA A LOS PARTICIPANTES VIDEOS SOBRE ARTESANÍA, MÚSICA, DANZA Y GASTRONOMÍA DE BOLIVIA.</li> </ul>	70'	UNIVERSITARIOS FACILITADORES	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO.</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- PUNTERO</li> <li>- TV. VHS Y VIDEOS</li> </ul>
	<b>DESCANSO</b>				15'		

DIA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
	<b>MODULO V</b>  <b>MEDIO AMBIENTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿QUE ES MEDIO AMBIENTE?</li> <li>• EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE EN BOLIVIA</li> <li>• DEFINICIÓN DE ECOSISTEMAS</li> <li>• CLASIFICACIÓN DE ECOSISTEMAS</li> <li>• ALTERACIONES DE LOS ECOSISTEMAS</li> <li>• LA ATMÓSFERA</li> <li>• EL AGUA</li> <li>• EL SUELO</li> <li>• LA FLORA</li> <li>• LA FAUNA</li> <li>• EL RUIDO</li> <li>• PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE</li> <li>• RECICLAJE DE BASURA</li> </ul>	SOCIALIZAR CONOCIMIENTOS EN EL ÁREA DEL MEDIO AMBIENTE PARA LOGRAR UNA BUENA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL EN EL MUNICIPIO DE TIWANAKU.	<p><b>TÉCNICA EXPOSITIVA PARTICIPATIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SE EXPONEN LOS CONTENIDOS SEGÚN ROTAFOLIO.</li> <li>• PLENARIA GENERAL</li> </ul> <p><b>DINÁMICA DE GRUPO RECREANDO MI ESPACIO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LOS FACILITADORES INDICAN A LOS PARTICIPANTES QUE DE ACUERDO AL COLOR DEL SOLAPIN QUE LLEVAN A UN LADO DEL PECHO DEBEN FORMAR TRES GRUPOS DEPENDIENDO DEL NUMERO DE PARTICIPANTES.</li> <li>• POSTERIORMENTE, LOS FACILITADORES LES PROPORCIONAN GLOBOS DE DISTINTOS COLORES, DONDE CADA UNO DE ELLOS ESCRIBE PALABRAS DE ACUERDO A LA TEMÁTICA DE CADA GRUPO, POR EJEMPLO: DEBEN ESCRIBIR PALABRAS QUE COMPONEN EL MEDIO AMBIENTE (AGUA, AIRE, TIERRA, ETC), PALABRAS QUE CONTAMINAN EL MEDIO AMBIENTE, (HUMO, PESTICIDAS, ETC), Y FRASES QUE DIGAN COMO NO CONTAMINAR EL MEDIO AMBIENTE, (RECICLAR LA BASURA).</li> </ul>	100'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MANUAL TURÍSTICO</li> <li>- PUNTERO</li> <li>- ROTAFOLIO</li> <li>- GLOBOS DISTINTOS COLORES</li> <li>- MARCADORES GRUESOS</li> </ul>

DÍA	INDICADORES DE TRABAJO	CONTENIDOS TEMÁTICOS	OBJETIVO ESPECIFICO	MEDIOS E INSTRUMENTOS DIDÁCTICOS	TIEMPO	RESPONSABLES	MATERIALES
				<ul style="list-style-type: none"> <li>PARA TERMINAR ESTA DINÁMICA CADA PARTICIPANTE DEBE LEER EN VOZ ALTA LO QUE ESCRIBIÓ EN EL GLOBO, PARA QUE ASI TODOS VAYAN ESCUCHANDO Y APRENDIENDO.</li> </ul>			
	<b>CONCLUSIÓN, EVALUACIÓN Y CIERRE DEL TALLER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CONCLUSIÓN EVALUACIÓN.</li> <li>CIERRE DEL TALLER</li> </ul>	<p>AL CONCLUIR LOS MÓDULOS, LAS/OS PARTICIPANTES DEBEN PLASMAR DE MANERA ESCRITA EN EL POST-TEST LOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS ACERCA DE LOS CONTENIDOS AVANZADOS.</p> <p>AL FINALIZAR LA CAPACITACIÓN CADA PARTICIPANTE RECIBE UN CERTIFICADO DE ASISTENCIA.</p>	<p>SE ORGANIZA Y SE PIDE A LAS/OS PARTICIPANTES QUE GUARDEN TODO SU MATERIAL Y SAQUEN UN BOLÍGRAFO PARA RESOLVER EL POST-TEST.</p> <p>PALABRAS DE AGRADECIMIENTO POR LA ASISTENCIA DE LOS PARTICIPANTES.</p>	20'	FACILITADORES UNIVERSITARIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>FOTOCOPIAS DEL POST-TEST</li> <li>BOLIGRAFOS</li> </ul>

## 6.6 SEXTA ETAPA: EVALUACIÓN DE LA CAPACITACIÓN

Es la última parte, por lo que en esta etapa conviene hacer una comparación entre el momento inicial con el final, para ver si se ha logrado alcanzar las expectativas de la capacitación.

### 6.6.1 EVALUACIÓN A TRAVÉS DE PRE-TEST Y POST-TEST

Esta evaluación se aplicó a las/os participantes para determinar el nivel de conocimiento que tenían al inicio y al final de la capacitación, en base a un promedio porcentual de acuerdo al número de preguntas más el número de participantes logrando una sumatoria total de las preguntas.

A continuación se detalla en cuadros y gráficos el total de preguntas en dos y tres variables bien, mal o directamente no respondieron.

**CUADRO N° 6 - 5**

<b>ESTUDIANTES DE SECUNDARIA PRE TEST Y POST TEST (13 PREGUNTAS C/TEST)</b>			
<b>LUGAR</b>	<b>N° de PREGUNTAS</b>	<b>N° de ESTUDIANTES</b>	<b>TOTAL PREGUNTAS</b>
TIWANAKU	13	35	455
PIRCUTA	13	15	195
GUARAYA	13	37	481
ÑACHOCA	13	20	260
<b>TOTAL</b>		<b>107</b>	<b>1391</b>

**CUADRO N° 6 - 6**

<b>GRUPOS O SEGMENTOS DEL MUNICIPIO DE TIWANAKU PRE-TEST Y POST-TEST (15 PREGUNTAS C/TEST)</b>			
<b>SEGMENTO O GRUPO</b>	<b>N° PREGUNTAS</b>	<b>N° PARTICIPANTES</b>	<b>TOTAL PREGUNTAS</b>
ARTESANOS	15	41	615
GUIAS O INFORMADORES LOCALES	15	26	390
HOTELEROS Y RESTAURANTES	15	26	390
<b>TOTAL</b>		<b>93</b>	<b>1395</b>



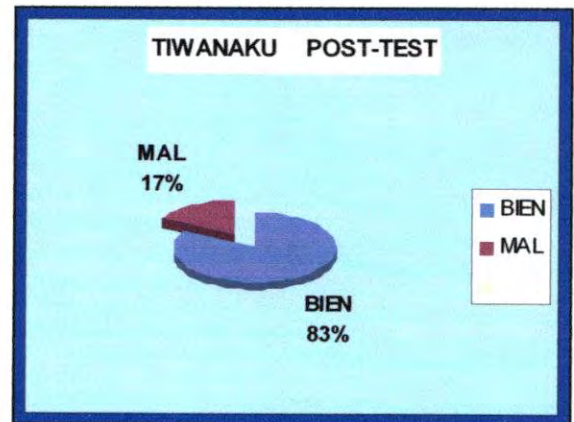
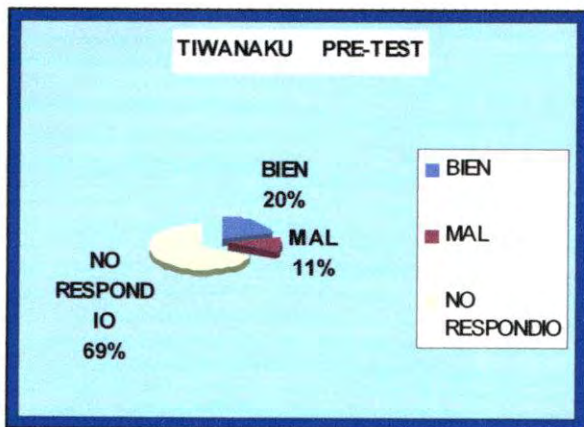
**ESTUDIANTES DE 3ro. y 4to. DE SECUNDARIA  
TIWANAKU**

**Pre-test**

BIEN	MAL	NO RESPONDIO
93	51	311

**Post-test**

BIEN	MAL
376	79



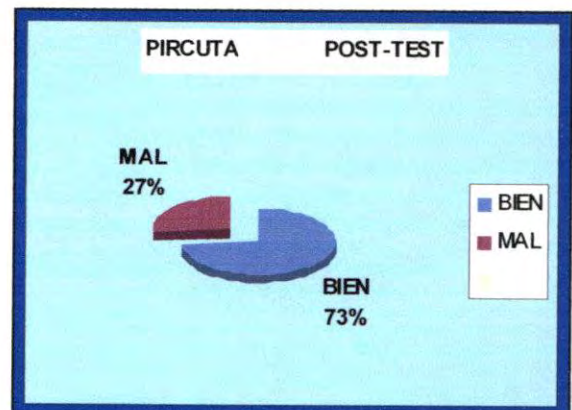
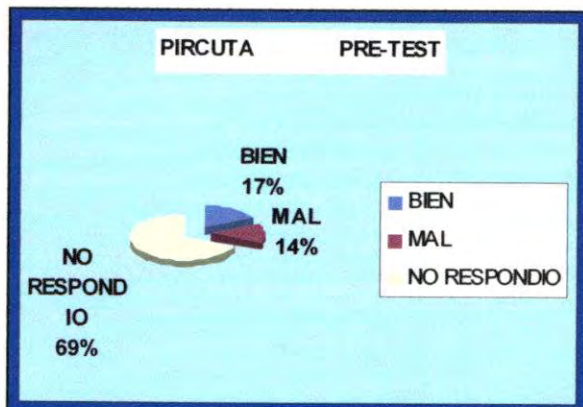
**PIRCUTA**

**Pre-test**

BIEN	MAL	NO RESPONDIO
34	27	134

**Post-test**

BIEN	MAL
143	52



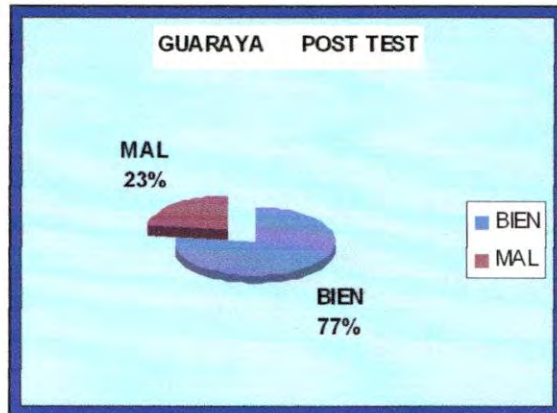
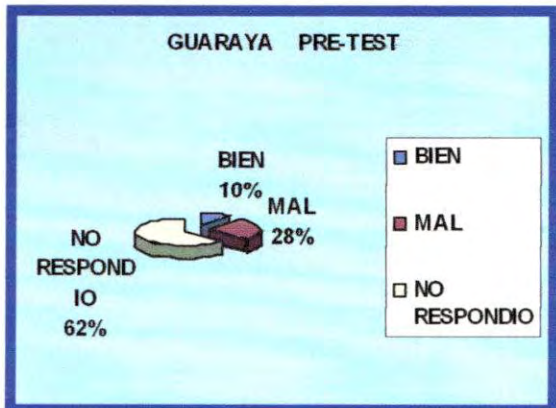
### GUARAYA

#### Pre-test

BIEN	MAL	NO RESPONDIO
46	133	302

#### Post-test

BIEN	MAL
369	112



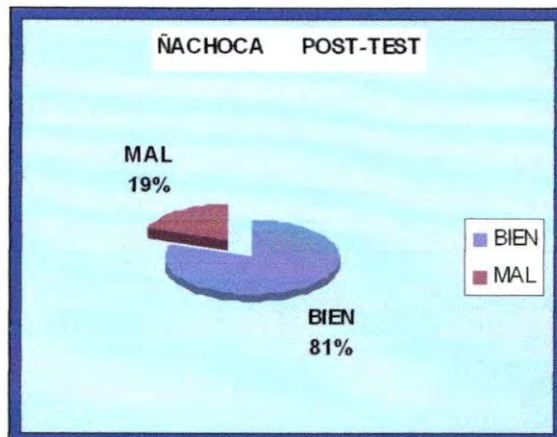
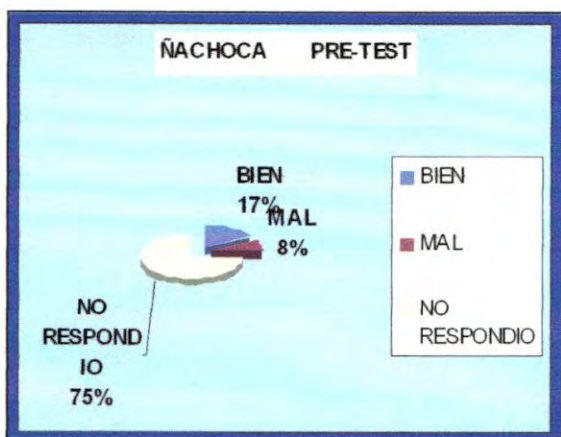
### ÑACHOCA

#### Pre-test

BIEN	MAL	NO RESPONDIO
44	21	195

#### Post-test

BIEN	MAL
210	50



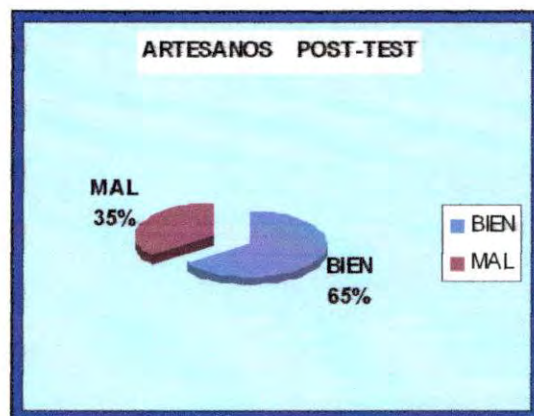
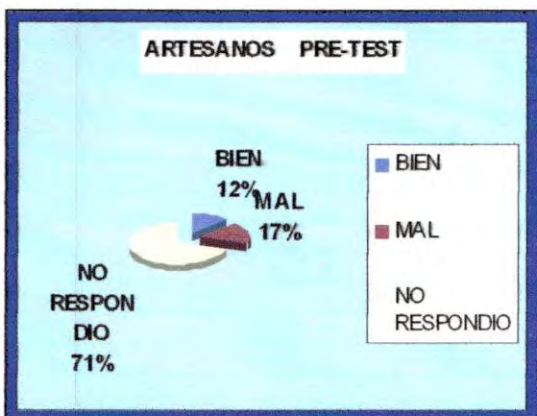
### ARTESANOS

Pre-test

BIEN	MAL	NO RESPONDIO
76	107	432

Post-test

BIEN	MAL
398	217



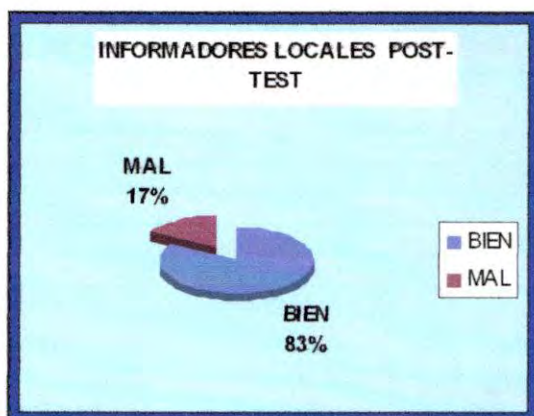
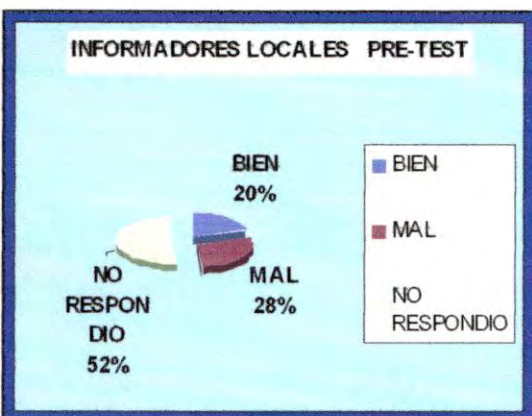
### GUÍAS O INFORMADORES LOCALES

Pre-test

BIEN	MAL	NO RESPONDIO
79	111	200

Post-test

BIEN	MAL
324	66



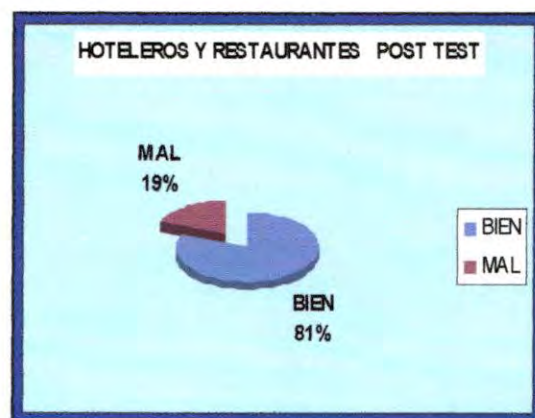
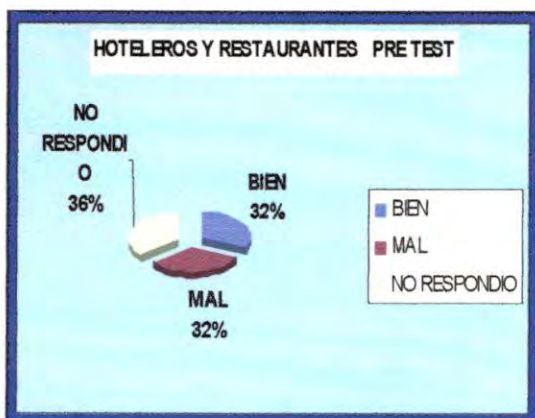
## HOTELEROS Y RESTAURANTES

### Pre-test

BIEN	MAL	NO RESPONDIO
125	124	141

### Post-test

BIEN	MAL
316	74



### 6.6.2 EVALUACIÓN POR PREGUNTAS

#### 1. Para usted, ¿Qué es Turismo?

SEGMENTOS	PRE TEST			POST TEST	
	BIEN	MAL	NO RESP.	BIEN	MAL
Estudiantes	13	31	63	72	35
Artesanos	-----	9	32	23	18
Informadores					
Locales	4	12	10	18	8
Hoteles - Restaurantes	16	10	-----	10	16
Total	33	62	105	123	77
% de participación	16.5	31	52.5	61.5	38.5

Fuente: Elaboración propia

## 2. ¿Podría mencionar los cuatro tipos de Turismo?

SEGMENTOS	PRE TEST			POST TEST	
	BIEN	MAL	NO RESP.	BIEN	MAL
Estudiantes	8	18	81	97	10
Artesanos	1	7	33	27	14
Informadores					
Locales	-----	18	8	23	3
Hoteles - Restaurantes	-----	22	4	20	6
Total	9	65	126	167	33
% de participación	4.5	32.5	63	83.5	16.5

Fuente: Elaboración propia

## 3. Para usted, ¿Quién es el Turista?

SEGMENTOS	PRE TEST			POST TEST	
	BIEN	MAL	NO RESP.	BIEN	MAL
Estudiantes	41	16	50	98	9
Artesanos	22	7	12	28	13
Informadores					
Locales	16	10	-----	23	3
Hoteles - Restaurantes	20	-----	6	22	4
Total	99	33	68	171	29
% de participación	49.5	16.5	34	85.5	14.5

Fuente: Elaboración propia

## 4. Dé un ejemplo de beneficios y riesgos del Turismo

SEGMENTOS	PRE TEST			POST TEST	
	BIEN	MAL	NO RESP.	BIEN	MAL
Estudiantes	14	19	74	78	29
Artesanos	1	5	35	28	13
Informadores					
Locales	8	8	10	18	8
Hoteles - Restaurantes	12	5	9	24	2
Total	35	37	128	148	52
% de participación	17.5	8.5	64	74	26

Fuente: Elaboración propia

## 5. ¿Qué entiende por Turismo Sostenible?

SEGMENTOS	PRE TEST			POST TEST	
	BIEN	MAL	NO RESP.	BIEN	MAL
Estudiantes	3	12	92	74	33
Artesanos	-----	-----	41	26	15
Informadores					
Locales	3	3	20	17	9
Hoteles - Restaurantes	2	2	22	24	2
Total	8	17	175	141	59
% de participación	4	8.5	87.5	70.5	29.5

Fuente: Elaboración propia

## 6. ¿Qué es efecto multiplicador?

SEGMENTOS	PRE TEST			POST TEST	
	BIEN	MAL	NO RESP.	BIEN	MAL
Estudiantes	2	20	85	82	25
Artesanos	-----	-----	41	27	14
Informadores					
Locales	2	5	19	26	-----
Hoteles - Restaurantes	3	3	20	16	10
Total	7	28	165	151	49
% de participación	3.5	14	82.5	75.5	24.5

Fuente: Elaboración propia

## 7. ¿Podría mencionar la clasificación de los recursos o atractivos turísticos?

SEGMENTOS	PRE TEST			POST TEST	
	BIEN	MAL	NO RESP.	BIEN	MAL
Estudiantes	5	19	83	77	30
Artesanos	6	10	25	27	14
Informadores					
Locales	-----	9	17	20	6
Hoteles - Restaurantes	11	2	13	20	6
Total	22	40	138	144	56
% de participación	11	20	69	72	28

Fuente: Elaboración propia

## 8. ¿Mencione cuáles son los servicios Turísticos?

SEGMENTOS	PRE TEST			POST TEST	
	BIEN	MAL	NO RESP.	BIEN	MAL
Estudiantes	12	20	75	87	20
Artesanos	1	11	29	27	14
Informadores					
Locales	6	8	12	26	----
Hoteles - Restaurantes	8	12	6	20	6
Total	27	51	122	160	40
% de participación	13.5	25.5	61	80	20

FUENTE: Elaboración propia

## 9. ¿Qué es calidad de servicios?

SEGMENTOS	PRE TEST			POST TEST	
	BIEN	MAL	NO RESP.	BIEN	MAL
Estudiantes	9	17	81	80	27
Artesanos	11	14	16	28	13
Informadores					
Locales	6	8	12	18	8
Hoteles - Restaurantes	4	18	4	24	2
Total	30	57	113	150	50
% de participación	15	28.5	56.5	75	25

Fuente: Elaboración propia



## 10. Para usted, ¿Qué es cultura?

SEGMENTOS	PRE TEST			POST TEST	
	BIEN	MAL	NO RESP.	BIEN	MAL
Estudiantes	32	16	59	92	15
Artesanos	15	12	14	28	13
Informadores					
Locales	14	4	8	24	2
Hoteles - Restaurantes	16	4	6	26	----
Total	77	36	87	170	30
% de participación	38.5	18	43.5	85	15

Fuente: Elaboración propia

## 11. Para usted, ¿Qué es Medio Ambiente?

SEGMENTOS	PRE TEST			POST TEST	
	BIEN	MAL	NO RESP.	BIEN	MAL
Estudiantes	49	9	49	96	11
Artesanos	10	8	23	28	13
Informadores					
Locales	10	6	10	20	6
Hoteles - Restaurantes	19	----	7	26	----
Total	88	23	89	170	30
% de participación	44	11.5	44.5	85	15

Fuente: Elaboración propia

## 12. ¿Podría mencionar dos ecosistemas?

SEGMENTOS	PRE TEST			POST TEST	
	BIEN	MAL	NO RESP.	BIEN	MAL
Estudiantes	6	17	84	79	28
Artesanos	-----	9	32	28	13
Informadores					
Locales	-----	2	24	26	-----
Hoteles - Restaurantes	-----	15	11	20	6
Total	6	43	151	153	47
% de participación	3	21.5	75.5	76.5	23.5

Fuente: Elaboración propia

## 13. ¿En qué consiste el reciclaje de basura?

SEGMENTOS	PRE TEST			POST TEST	
	BIEN	MAL	NO RESP.	BIEN	MAL
Estudiantes	23	18	66	86	21
Artesanos	8	3	30	26	15
Informadores					
Locales	10	8	8	21	5
Hoteles - Restaurantes	14	6	6	22	4
Total	55	35	110	155	45
% de participación	27.5	17.5	55	77.5	22.5

Fuente: Elaboración propia

## 14. ¿Qué es producto Turístico?

SEGMENTOS	PRE TEST			POST TEST	
	BIEN	MAL	NO RESP.	BIEN	MAL
Estudiantes	----	----	----	----	----
Artesanos	----	3	38	24	17
Informadores Locales	----	4	22	23	3
Hoteles - Restaurantes	----	5	21	24	2
Total	----	12	81	71	22
% de participación	0	12.9	87.1	76.3	23.7

FUENTE: Elaboración propia

## 15. ¿Qué es gestión Turística Municipal?

SEGMENTOS	PRE TEST			POST TEST	
	BIEN	MAL	NO RESP.	BIEN	MAL
Estudiantes	----	----	----	----	----
Artesanos	1	9	31	23	18
Informadores Locales	----	6	20	21	5
Hoteles - Restaurantes	----	20	6	18	8
Total	1	35	57	62	31
Análisis del grado de aceptación en %	1.1	37.6	61.3	66.6	33.4

Fuente: Elaboración propia

Del análisis llevado a cabo con relación al grado de aceptación de los capacitados se concluye que los cursos taller han alcanzado las expectativas de asimilación de manera positiva, las mismas que se pueden apreciar en los cuadros anteriores.

### 6.6.3 EVALUACIÓN POR ASISTENCIA DE PARTICIPANTES VÍA SEGMENTOS ESTUDIANTES DE SECUNDARIA

De una población total de 145 estudiantes de 3ro. y 4to. de secundaria se llegó a capacitar a 107, dando como resultado un 74% de estudiantes capacitados en contra parte a un 26% de estudiantes que no asistieron.

Por lo tanto se concluye que la capacitación es buena en asistencia por haber superado el 50 + 1 %.

Segmento	A ser capacitados	Capacitados	No asistieron
Estudiantes de Secundaria	145	107	38



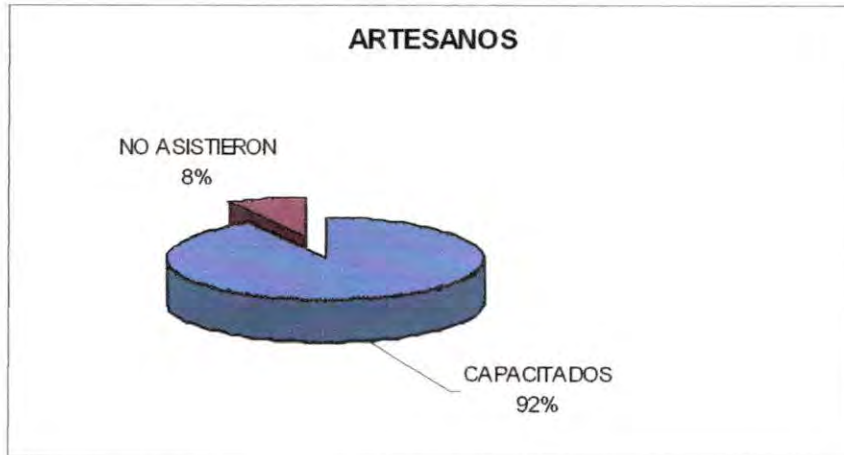
### ARTESANOS

De igual manera en este segmento después de la capacitación se llegó al siguiente resultado:

De un total de 45 artesanos del municipio de Tiwanaku se llegó a capacitar a 41 personas dando como resultado un porcentaje de un 92% de artesanos capacitados en contra parte a un 8% de artesanos no capacitados.

Por lo tanto se concluye que la capacitación es buena en asistencia por haber superado el 50 +1 %.

Segmento	A ser capacitados	Capacitados	No asistieron
Artesanos	45	41	4



### GUÍAS O INFORMADORES LOCALES

Después de la capacitación se llegó al siguiente resultado: de una población total de 40 personas (guías o informadores locales) asistieron 26 personas, dando como resultado en porcentaje a un 65% de personas capacitadas en contra parte a un 35% de personas que no asistieron.

Por lo tanto se concluye que la capacitación es buena en asistencia por haber superado la el 50+1%.

Segmento	A ser capacitados	Capacitados	No Asistieron
Guías o Informadores Locales	40	26	14

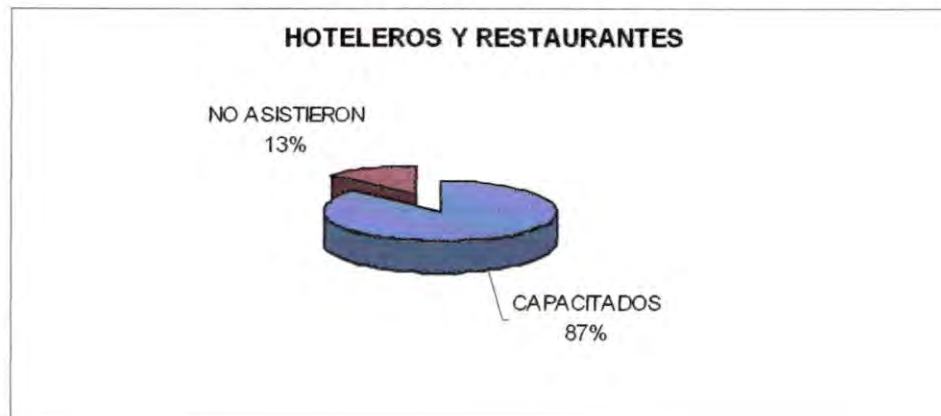


## HOTELEROS Y RESTAURANTES

Después de la capacitación se llegó al siguiente resultado: de una población total de 30 personas a ser capacitadas, asistieron 26 personas dando como resultado en porcentaje a un 87% de personas capacitadas y en contra parte a un 13% de personas que no asistieron a la capacitación.

Por lo tanto se concluye que la capacitación es buena en asistencia por haber superado el 50+1%.

Segmento	A ser capacitados	Capacitados	No asistieron
Hoteleros y Restaurantes	30	26	4



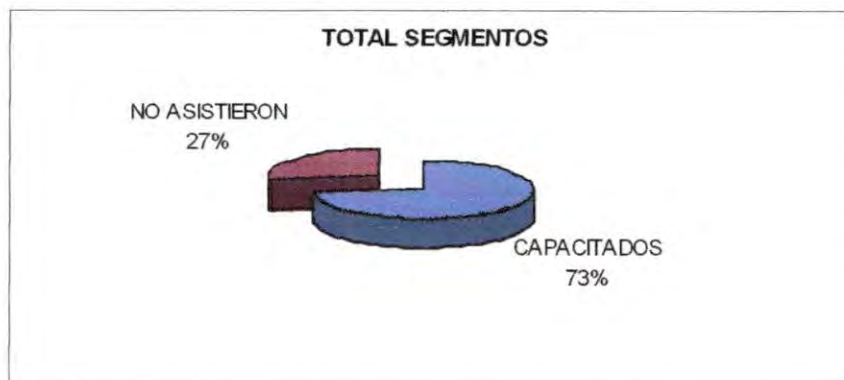
## AUTORIDADES

No se capacitó a este segmento debido a la falta de disponibilidad de tiempo de las autoridades locales del Municipio.

Para finalizar, podemos decir que en el municipio de Tiwanaku se ha llegado a todos estos segmentos con la capacitación, para lo cual se tenía previsto llegar a un total de 275 personas pero, por alguna razón o contra tiempo se capacitó a 200 personas, dando como resultado en porcentaje a un 73% de personas capacitadas y un 27% de personas que no asistieron a la capacitación.

En conclusión decimos que la capacitación ha sido exitosa en asistencia por haber superado el 50 +1% de personas capacitadas.

Segmento	A ser capacitados	Capacitados	No asistieron
<b>TOTAL</b>	<b>275</b>	<b>200</b>	<b>75</b>



Las técnicas e instrumentos utilizados en esta etapa son:

**TÉCNICAS:**

Formulación de preguntas y comparación de resultados.

**INSTRUMENTOS:**

El test e indicadores de verificación

**6.6.4 EVALUACIÓN DE LOS CAPACITADOS A LOS FACILITADORES**

Muy bien	Bien	Regular	Mal
134	62	4	Ninguno



## 6.7 TOTAL HORAS TRABAJADAS EN LA CAPACITACIÓN TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE TIWANAKU

CUADRO Nº 6 - 7

GRUPO O SEGMENTO	NÚMERO DE DÍAS	HORAS TRABAJADAS	TOTAL HORAS
Estudiantes de 3ro. Y 4to. De secundaria	5	09:00 – 18:00 hrs.	45 hrs.
Artesanos	4	15:00 – 19:00 hrs.	16 hrs.
Informadores o guías locales	4	17:00 – 20:00 hrs.	12 hrs.
Informadores o guías locales. Practica	1	07:00 – 20:00 hrs.	12 hrs.
Hoteleros – Restaurantes	2	15:00 – 20:00 hrs.	10 hrs.
Autoridades	-	-	-
<b>TOTAL HORAS</b>	<b>16</b>		<b>95 HRS.</b>

## 6.8 EVALUACIÓN DE LOS MÓDULOS

ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
<p style="text-align: center;"><b>TURISMO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Expectativa respecto a la propuesta de exposición.</li> <li><input type="checkbox"/> Dominio sobre el tema a exponerse</li> <li><input type="checkbox"/> Material para seguimiento</li> <li><input type="checkbox"/> Han sido contextualizados los temas referentes a los contenidos, adecuados en su aplicación y manejo respecto a los grupos de capacitación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ninguno</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Teoría fundamental y expuesta en forma puntual.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ninguno</li> </ul>



<p style="text-align: center;"><b>SERVICIOS TURÍSTICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Haber asumido con responsabilidad la exposición del tema.</li> <li><input type="checkbox"/> Seguridad en el manejo de contenidos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Falta de material de apoyo.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>CULTURA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Presentación</li> <li><input type="checkbox"/> Manejo de contenidos</li> <li><input type="checkbox"/> Dominio de contenidos</li> <li><input type="checkbox"/> Contenidos actualizados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ninguno.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>MEDIO AMBIENTE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Concreto en los contenidos</li> <li><input type="checkbox"/> Material necesario de Aplicación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Falta de tiempo</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>PRODUCCIÓN, PROMOCION Y COMERCIALIZACIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Reflexión a partir de la Planificación</li> <li><input type="checkbox"/> Manejo de contenidos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Falta de material de apoyo.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>GESTION TURÍSTICA MUNICIPAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Actualización y aclaración de los contenidos teóricos en materia de Gestión Turística Municipal</li> <li><input type="checkbox"/> Se ha revisado los contenidos del rotafolio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ninguno.</li> </ul>

**6.9 EVALUACIÓN DE LA METODOLOGÍA**

ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Contenidos necesarios a desarrollar</li> <li><input type="checkbox"/> Reajuste del Programa en función al tema central</li> <li><input type="checkbox"/> Flexibilidad en la participación de los concurrentes</li> <li><input type="checkbox"/> Utilización de técnicas alternativas</li> <li><input type="checkbox"/> Manejo del rotafolio</li> <li><input type="checkbox"/> Utilización de técnicas de motivación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Falta de tiempo</li> </ul>

**6.10 EVALUACIÓN DEL MATERIAL**

ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Recursos tecnológicos Tv, VHS</li> <li><input type="checkbox"/> Videos de turismo</li> <li><input type="checkbox"/> Material de escritorio para que tomen apuntes los participantes</li> <li><input type="checkbox"/> Los participantes contaron con un manual turístico</li> <li><input type="checkbox"/> Se contó con material didáctico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ninguno</li> </ul>

**6.11 EVALUACIÓN DE LOS FACILITADORES**

ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Calidad Humana</li> <li><input type="checkbox"/> Respeto por la opinión de los participantes</li> <li><input type="checkbox"/> Experiencia operativa</li> <li><input type="checkbox"/> Conocimiento del área de trabajo</li> <li><input type="checkbox"/> Compromiso y seriedad en el trabajo de capacitación</li> <li><input type="checkbox"/> Conocimiento y preparación de los temas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ninguno</li> </ul>

### 6.12 EVALUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA

ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Se contó con ambientes para la capacitación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Improvisación de ambientes, por falta de coordinación entre las autoridades y encargados del municipio.</li> <li><input type="checkbox"/> Aulas en desorden</li> <li><input type="checkbox"/> Incumplimiento con el medio de transporte y horarios de traslado y recojo de las comunidades a donde se fue a dar los talleres.</li> </ul>

### 6.13 EVALUACIÓN DE LOS PARTICIPANTES

ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Valorar la participación de cada uno de ellos.</li> <li><input type="checkbox"/> Participación de nuevas/os compañeras/os</li> <li><input type="checkbox"/> Buena iniciativa por la realización del taller.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Falta de disponibilidad de tiempo</li> </ul>

## 6.14 CONCLUSIÓN

En conclusión decimos que la capacitación llevada a cabo en Tiwanaku fue bastante exitosa, ya que los participantes quedaron satisfechos y con muchas ganas de seguir participando en otros talleres de capacitación, porque han comprendido que solamente capacitándose pueden alcanzar mayores conocimientos de cómo tratar a los visitantes o turistas y de esta manera se pueda coadyuvar al desarrollo del municipio y agrandar la oferta turística del departamento y del país.

Además, los participantes han entendido que este sitio es apropiado para el desarrollo turístico inmediato, porque cuenta con atractivos culturales y naturales de mucha importancia que son necesarios para atraer un gran número de turistas amantes de la arqueología y la naturaleza, donde pueden practicar diversos deportes de altura como ser: caminatas, paseos en bicicleta, navegar en bote en el lago más alto del mundo como es el Titicaca, etc.

## 6.15 SUGERENCIAS

- Reorganización de un taller interno para el reajuste de los contenidos de capacitación según los grupos establecidos.
- Sobre las metodologías y técnicas a ser utilizadas por los facilitadores, éstas deben ser de dominio común, para desarrollar habilidades en función a obstáculos que puedan surgir respecto a la población a ser capacitada y tomar en cuenta los factores que facilitan o dificultan un proceso de capacitación.
- Tener buenas relaciones con las personas que trabajan en la alcaldía, para que así el trabajo que se vaya a realizar en el municipio se lo haga con facilidad.
- Disponer de bastante tiempo para viajar de manera permanente o vivir en el municipio para desarrollar el trabajo con mayor responsabilidad y eficiencia.
- Tener ahorros para gastar en lo que haga falta, tanto en lo personal, (estadía, alimentación, hospedaje, etc.), o lo que se necesite durante el desarrollo del trabajo.
- Tener ganas de trabajar con gente del área rural, es decir, adecuarse a formas de vida distintas y sin discriminación social.

## **BIBLIOGRAFIA**

### **LIBROS:**

- Under: EGG Ezequiel; “Diccionario del trabajo Social”; Ed. Humanitas, Buenos Aires, 1988.
- Fernández Sampieri Roberto; “Metodología de la Investigación”; Ed. Atrampa 1998 Me Graw –Till, Pág. 501.
- J. Rodríguez Francisco, Barrios Trina, Fuentes María Teresa; “Introducción a la Metodología de las Investigaciones Sociales.”;Edt. Política, La Habana, 1984.
- Amor Turk y Otros; “Ecología, contaminación y medio ambiente”; Ed. W.B. Saunders Company; 1972 Pág. 227.
- Margolef, Ramón; “Ecología”; Ed. Omega Barcelona; 1991 pág. 257.
- Molina E. Sergio; “Turismo y Ecología”; Ed. Trillas, México 1982 Pág. 93.
- Tyller Millar JR; “Ecología y Medio Ambiente”; Ed. Iberoamericana, México DF.
- Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, Resolución Ministerial N° 137/01 “Reglamentos de Restaurantes Turísticos y Peñas Folklóricas”.
- Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, Resolución Ministerial N° 185/01 “Reglamentos de Establecimientos de Hospedaje Turístico”.
- Mauro Rodríguez Estrada, “Relaciones Humanas”.
- Haro Leeb, “Relaciones Humanas en la Empresa” Edit. México 1978.
- Karen De La Quintana, “Teoría y Técnicas del Turismo”.

- Universidad Católica Boliviana, “Introducción al Turismo”.
- Manuel Ramírez Blanco, “Apuntes del Curso de Introducción al Estudio del Turismo”, México 1996.
- Ministerio de Desarrollo Sostenible y Planificación, Dr. Erick Reyes Villa, “Los Reglamentos de la Ley del Medio Ambiente”.
- Lambertine Leonie Comblence, Sixto Báez; “Hotelería y Turismo”.
- A. Acerenza “Administración del Turismo”.
- Agustín Domínguez Esteban “Calidad Total y Otros Sistemas de Gestión en Turismo Normalización y Certificación”.
- “Producto Turístico Aplicación de la Estadística y del Muestreo para su Diseño”, Editorial Trillas S.A. de EU 1983, 2da Edición 1986, México.
- Ministerio de Comercio Exterior e Inversión, Viceministerio de Turismo Unidad de Planificación; “Metodología para la Inventariación y Jerarquización de Atractivos Turísticos” La Paz Bolivia 2000.
- “Educando Educadores en Turismo”; Publicado en Ed. OMT, 1995, Pág.178
- Stanford, Gene y Roark Albert. “Interacción Humana en la Educación”.
- “Descubriendo Tiwanaku”; Hugo Boero Rojo, Ed. Los Amigos del Libro; La Paz Bolivia 1980.

- Vice-Ministerio de Turismo, Unidad de Planificación; “Diccionario Enciclopédico Ilustrado” Editado 1989 Cultural S.A., España 3ra. Ed. Enero 1991.
- Sergio Molina E.; Sergio Rodríguez Abitia “Planificación Integral del Turismo”, Ed. Trillas S.A. de C.U. 1987.
- Crisoforo Gutiérrez Duran; “Petróleo y Medio Ambiente en Bolivia”.
- Tesis para Obtener el Grado de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Políticas, junio 2001 Cochabamba – Bolivia.
- Agenda para Planificadores Locales; “Turismo Sostenible y Gestión Turística Municipal” Edición para América Latina y El Caribe, Organización Mundial del Turismo 1999.
- Viceministerio de Turismo, Unidad de Normas y Servicios Turísticos “Reglamentación de la Industria Hotelera” 1994.
- CEDEC; “Dinámica de Animación.”, Nº 5, 3ra Ed.; Quito Ecuador 1984.

#### **REVISTAS Y PERIODICOS:**

- Secretaría Nacional de Turismo “Manual para el Guía de Turismo “Manual de Gestión de Pequeñas Empresas Prestadoras de Servicios de hospedaje”.
- “Manual de Trabajo para el Desarrollo y la Promoción Turística en los Municipios de Bolivia”; Dirección de Mercadeo y Promoción, Secretaria de Turismo, La Paz agosto 1995.
- Revista: LATIN QUALITATEM, “ Que es calidad” por Rubén Rico.



- Secretaría Nacional de Turismo 1997. “Manual de Estadísticas de Turismo para Prefecturas y Municipios”.
- Secretaría Nacional de Turismo “Cartilla de Educación Turística”.
- Secretaría Nacional de Turismo 1996 Dirección de Normas y Competitividad “Manual de Gestión Turística a Nivel Local”.
- “Revista Turismo” noviembre 1994 N° 8; Carrera de Turismo, Universidad Mayor de San Andrés.
- Carranza Gutiérrez Gabriel E. “Destrucción del Medio Ambiente atenta el Panorama Ecológico y Ambiental de Bolivia” Periódico el Diario – La Paz – Bolivia; Miércoles, agosto 30, 2000.
- Miranda Maria Inés; Tec.”Marketing Hotelero”, Revistas especializadas de la carrera de Turismo N° 6, Ed. Los recursos naturales y el turismo U.M.S.A. febrero 1994.
- Ordóñez Gariazu, Abel; “Conciencia Turística en el departamento de La Paz”, periódico El Diario, La Paz – Bolivia, julio 26, 2000.

**ANEXOS**

# CONTENIDOS TEMÁTICOS DE LA CAPACITACIÓN TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE TIWANAKU

## MODULO I TURISMO

El Turismo es un fenómeno de gran trascendencia e importancia en el ámbito mundial que produce como toda actividad, efectos positivos y negativos en los ambientes donde se desarrolla, ya sean naturales o urbanos, es un generador de divisas y produce un importante movimiento de personas entre las que se incluyen a los turistas y a los prestadores de servicios.

### 1 DEFINICIÓN DEL TURISMO.

Turismo podría definirse como el movimiento temporal de personas hacia destinos fuera de su lugar habitual de residencia, las actividades que se realizan durante el viaje, los servicios que reciben basándose en un precio y los equipamientos creados para dar respuestas a sus necesidades.

### 2 TIPOS DE TURISMO:

**2.1 TURISMO RECEPTIVO.-** Es cuando llegan turistas o visitantes de otros países al nuestro y se quedan por lo menos una noche a dormir, pero su estadía no debe superar a un año y su visita no debe ser con interés de trabajar en el lugar visitado.

**2.2 TURISMO EMISIVO.-** Es cuando los residentes bolivianos salen de nuestras fronteras y visitan otros países ya sea por conocer o vacacionar por un determinado lapso de tiempo y luego deben retornar a su lugar de origen para continuar con sus actividades diarias.

**2.3 TURISMO INTERNO O NACIONAL.-** Es el uso de bienes y servicios turísticos por residentes de un país fuera de su domicilio habitual, pero dentro del territorio nacional por un plazo mayor a 24 horas con diferentes finalidades siempre y cuando no sean los de participar en el mercado de trabajo en el lugar de destino.

**2.4 TURISMO SOCIAL.-** Es una de las formas del turismo interno, dirigido a fomentar los viajes de descanso entre aquellos sectores menos privilegiados de la población, como ser la clase obrera, cuyos ingresos no les permiten utilizar los servicios normales de prestación turística, por lo cual ellos acuden al mercado general donde los precios son más bajos.

### **3 ¿QUIÉN ES EL TURISTA?**

Es la persona que ingresa a un territorio distinto al de su lugar de origen por un lapso de tiempo de 24 horas mínimo y 6 meses máximo con el propósito de conocer el patrimonio turístico de nuestra región; por recreación, deporte, salud, estudio, religión, misiones y reuniones, etc. Y lo más importante para él es llevarse una agradable experiencia del lugar visitado.

**3.1 TURISTAS EXTRANJEROS.-** Se llaman turistas extranjeros a los visitantes que llegan de otros países con la finalidad de conocer nuestros atractivos turísticos.






**3.2 TURISTAS NACIONALES.-** Son las personas que habitan en nuestro país y visitan los lugares turísticos que tiene Bolivia; por ejemplo: Tiwanakú, Copacabana, etc.







### **4 BENEFICIOS Y RIESGOS DEL TURISMO**

En el Turismo no todo son beneficios, pese a existir un cuidadoso proceso de planificación que consigue reducir o frenar los problemas.










Reconocer los riesgos asociados al Turismo, permite asumir su desarrollo con todas las consecuencias y bajo una perspectiva realista.

#### **4.1 BENEFICIOS DEL TURISMO:**

-  Generación de empleos directos e indirectos.
-  Mayores ingresos para la municipalidad.
-  Dinamización de la economía.
-  Oportunidades de negocio para las pequeñas y medianas empresas.
-  Mejoras en las infraestructuras básicas (carreteras, agua, electricidad, etc.).

-  Mayor calidad de vida de la población por efecto del incremento en sus ingresos y por las nuevas oportunidades de empleo.
-  Mejora de la capacitación profesional.
-  Acceso a nuevas instalaciones culturales y recreativas.
-  Conciencia sobre la necesidad de conservar y promover el patrimonio natural y cultural.
-  Reforzamiento del orgullo nacional y la identidad cultural.
-  Fomenta los vínculos interinstitucionales (en el ámbito nacional, regional y local) y también entre el sector público y privado.

#### **4.2 RIESGOS DEL TURISMO**

-  Escasa participación de la población local, que puede provocar su marginación económica y social.
-  Desarrollos turísticos tipo isla, sin vínculos con el entorno urbano y social y por lo tanto poco propenso a la redistribución de la riqueza hacia la comunidad.
-  Riesgos de manifestación y de un excesivo abaratamiento del destino, con graves efectos sobre el entorno y pocos beneficios económicos.
-  Contaminación atmosférica, acústica, acuática o visual.
-  Degradación de los recursos naturales y agotamiento de las reservas ambientales que constituyen la riqueza del lugar.
-  Daños irreversibles al patrimonio cultural tanto histórico o monumental, como en las tradiciones.
-  Conflictos entre actividades por el uso del suelo (industria, agricultura, ganadería), respecto al turismo se pueden presentar en las reservas y parques naturales.
-  Propagación de problemas sociales, prostitución, narcotráfico o alcoholismo.
-  Pérdida de la identidad cultural.

## **5 TURISMO SOSTENIBLE**

Se define como un proceso que permite que se produzca el desarrollo sin destruir o agotar los recursos que posibilitan ese desarrollo. La sostenibilidad en el turismo es definido como ecoturismo, turismo verde o turismo responsable, de cualquier forma es un medio para conocer que la tierra posee recursos limitados y que el turismo, como otros sectores tiene límites para el desarrollo, sobre todo en lugares específicos, como los parques nacionales o sitios arqueológicos.

Este objetivo de conservación se logra administrando de forma prudente los recursos turísticos, de manera que se puedan ir renovando en la medida en que van siendo utilizados, de esta forma se mantienen para las generaciones presentes y futuras.

Es muy importante dejar claro que el turismo sostenible no es una elección o alternativa, es simplemente una prioridad, la única vía de desarrollo posible.

### **5.1 CONCEPTOS ASOCIADOS AL TURISMO SOSTENIBLE**

Para impulsar un desarrollo turístico basado en los principios de sostenibilidad, es decir, de permanencia y estabilidad a lo largo del tiempo, necesitamos conocer los conceptos que ayudan a su aplicación real. Entre los cuales tenemos:



La capacidad de carga turística.



La calidad turística.



Los impactos esperados o generados.

#### **5.1.1 CAPACIDAD DE CARGA DE UN ESPACIO TURISTICO**


Se define como el límite de uso de un lugar de interés turístico. El punto hasta donde es posible controlar los efectos negativos producidos por la presión de visitantes.

Es decir, consiste en saber que cantidad de turistas puede acoger un lugar turístico para que no se vea masificado y pierda su atractivo.


Por ejemplo: Un lago lleno de embarcaciones de paseo o deportivas, no es un paisaje bello y paradisíaco, o unas ruinas precolombinas abarrotadas de visitantes pierden todo su encanto e interés, impidiendo apreciar su verdadero valor.

Ahora bien, determinar dicho límite de visitantes no es fácil pero tampoco imposible puesto que ello implica controlar y restringir dicha presión.


Para conocer el límite de riesgo sobre el cual los efectos son dañinos en el patrimonio, debemos tener en cuenta las siguientes señales de alerta.

 Desde el punto de vista físico; un claro límite de riesgo es cuando se empieza a producir un proceso acelerado de deterioro de las instalaciones o del lugar, a un ritmo superior a su normal mantenimiento.


Por ejemplo: Un edificio histórico que progresivamente pierde parte de su valor arquitectónico o artístico por efecto de la concentración de gente (pintadas, humedad, vandalismo, etc.).

 Desde el punto de vista biológico; corresponde a una explotación excesiva del recurso natural, pasando los límites que impiden su regeneración.

Por ejemplo: La fragilidad de la capa de suelo de un bosque sometido a las pisadas continuas de los visitantes; o la recolección de especies de flora de manera descontrolada.

 Desde el punto de vista sociocultural; el riesgo se produce cuando la presión turística es capaz de alterar los valores culturales y hábitos tradicionales de la población local.

Por ejemplo: Cuando los alimentos típicos o la comida normal son sustituidos por costumbres importadas, como la comida rápida (hamburguesas, hot-dogs, pizza, etc.).

 Desde el punto de vista psicológico; un nivel indeseable se alcanza cuando los visitantes se sienten incómodos o insatisfechos por una excesiva concentración de público, o por un espacio mal dimensionado.

Por ejemplo: un museo de escasas dimensiones o con muchos visitantes, donde es imposible apreciar y disfrutar de las obras expuestas.




Para concluir podemos decir que la capacidad de carga intenta llegar a un equilibrio entre los turistas que queremos y los que realmente estamos en capacidad de recibir.

### 5.1.2 LA CALIDAD DEL ESPACIO TURISTICO

El término calidad es muy amplio y puede ser aplicado a:

 El entorno en el que se desarrolla la actividad turística.

 Los servicios, por ejemplo: de alojamiento, comidas, transporte, etc.

-  Los profesionales dedicados a atender a los visitantes.
-  Las condiciones de vida de la población local.
-  Y en conjunto la oferta turística.

Respecto al ambiente que rodea al turista por ejemplo, la calidad es la medida en que una zona se mantiene libre de contaminación (acuática, atmosférica o acústica) y atractiva a la vista, es decir, ordenada, limpia, acogedora y segura.

Un significado más vinculado a la calidad de los servicios y a la actitud de quienes están al frente de la actividad turística, es hacer las cosas lo mejor posible esto quiere decir, dar al visitante o turista lo que espera. La calidad se ve afectada cuando algo falla, pues el turista ya no se sentirá completamente satisfecho.



Por eso es necesario controlar que los recursos turísticos estén bien conservados, que los servicios sean correctos y el precio justo.

### **5.1.3 IMPACTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL TURISMO**

Toda actividad turística trae consigo efectos, sobre el medio ambiente y la sociedad en la que se implanta. Tales efectos se denominan impactos y pueden ser de muchos tipos, aunque normalmente se presta una especial atención a los ambientales y a los socio-económicos.



Los impactos turísticos pueden ser positivos cuando generan una influencia beneficiosa para la comunidad o el medio físico y son negativos, cuando dejan una huella que daña o perjudica las características originales del lugar o la cultura propia.

#### **5.1.3.1 IMPACTOS POSITIVOS**

-  Un impacto positivo desde el punto de vista ambiental, puede ser la reforestación de un bosque o la limpieza de un río contaminado para adecuarlos a fines turísticos.
-  Otro impacto positivo desde el punto de vista socio-económico, es la generación de puestos de trabajo, que incrementan los ingresos del municipio y a su vez mejoran la calidad de vida de la población.



### 5.1.3.2 IMPACTOS NEGATIVOS






-  Un impacto negativo para el ambiente, es el agotamiento de los recursos que provoca una actividad turística descontrolada. Por ejemplo: la flora y fauna de un lago alterada por efecto de las embarcaciones de motor, o una reserva natural atravesada por una carretera de gran circulación.
-  Un impacto social negativo, puede ser el desequilibrio económico entre turistas y población local, cuando existen condiciones de marginalidad que generan un abismo entre ellos. En este caso es fácil caer en problemas de prostitución o delincuencia.

El Turismo sostenible intenta reducir los impactos negativos de la actividad y reforzar los positivos, a través de una justa distribución de los riesgos y beneficios para lograr el adecuado equilibrio entre medio ambiente y sociedad.

Por esto, es una condición básica en la gestión del Turismo, exigir estudios de impacto ambiental y socioeconómico para prever los posibles efectos de proyectos turísticos sobre el territorio y la población de nuestros municipios.

## 5.2 IMPORTANCIA DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA NUESTRO MUNICIPIO

El Turismo sostenible es conveniente para nuestro municipio porque ayuda a analizar las ventajas que trae consigo el Turismo sostenible como ser:

-  El turismo sostenible nos ayuda a ser conscientes de los impactos del turismo sobre el entorno natural social y urbano.
-  Se basa en criterios de control de la actividad turística, como la capacidad de carga y la calidad para asegurar una buena experiencia tanto para los turistas como para los residentes.
-  Busca una distribución más equitativa de los beneficios económicos, por eso, la participación de la población local (microempresas, capacitación laboral, etc.), es una condición básica para lograr la justicia social que predica.
-  Es una garantía para la protección de los recursos naturales y para su conservación a largo plazo.
-  Se basa en la calidad del destino turístico que asegura un mayor nivel educativo y un mayor poder adquisitivo de los visitantes.

- Contribuye a diversificar la economía turística, puesto que destaca los atractivos naturales, pero también los valores culturales y sociales, ampliando la oferta turística de un lugar (ecología, cultura, deportes, aventura, arqueología, etc.).
- Pretende integrar a la población local como parte activa y creativa de la actividad turística a través de sus iniciativas particulares (pequeños hoteles, alojamientos, transportes, visitas y excursiones guiadas, artesanía, etc.).
- Genera ingresos porque atrae a más turistas, lo cual incide en la inyección de capital y fondos a la economía local.
- Constituye el futuro del turismo, pues cada vez más la gente busca el contacto con la naturaleza, el patrimonio bien conservado, el retorno a las tradiciones y la vida sana.
- Se basa en un menor consumo energético y en tecnologías no contaminantes.
- Es una alternativa para el aprovechamiento de espacios tradicionalmente marginados o de escaso interés turístico, como zonas rurales o agrícolas y grandes extensiones naturales de bosques, sabanas, marismas o desiertos.
- Representa una oportunidad de progreso para levantar o dar un nuevo impulso a la economía de lugares deprimidos, o con graves problemas de actividades económicas en proceso de retroceso (minería, pesca, agricultura, etc.).
- Exige el acondicionamiento de las infraestructuras y equipamientos básicos, como carreteras, alcantarillado, tratamiento de basuras, centros de capacitación, etc.; que se revierte en beneficio de la población local.
- Refuerza la autoestima de la comunidad, que ve apreciada y valorada su herencia cultural y su patrimonio histórico natural.
- Eleva los niveles de capacitación de la población local, como condición indispensable para el soporte de la actividad.
- Estrecha los lazos interinstitucionales, pues un componente fundamental de su éxito es la capacidad de coordinación y colaboración entre las diferentes instancias del poder público y de éstas con el sector privado

## 6 COMO BENEFICIA ECONÓMICAMENTE EL TURISMO

Los beneficios económicos que todos podemos tener por el Turismo son muchos como ya habíamos hablado anteriormente en las ventajas que trae esta actividad, pero ahora nos concentraremos solo en el aspecto económico, veremos lo que es el "EFECTO MULTIPLICADOR DEL TURISMO".

**EFECTO MULTIPLICADOR DE LA ECONOMIA TURISTICA.-** Es la acción de dependencia entre unas personas con otras y de progresivo aumento del dinero que se origina a partir del gasto que realiza un turista; también se lo conoce como beneficio económico que trae el turismo.

La mejor manera de explicar en que consiste el efecto multiplicador del turismo, es imaginarnos el proceso que sigue el dinero que gastan los turistas cuando viajan:

- El gasto turístico provoca una reacción en cadena, que se inicia desde el momento en que cualquier persona decide viajar a un destino turístico.
- La persona se pone en contacto con una agencia de viajes y contrata su medio de desplazamiento hasta el lugar ya sea en avión, autobús, tren, etc., y en algunos casos, su alojamiento y comidas, aunque muchos de los turistas no siempre contratan los servicios de las agencias de viajes consiguen la Guía Turística Boliviana y se desplazan solos.
- Esta acción pone en marcha los servicios turísticos, algunos de ellos locales y otros de grandes empresas internacionales, que prestarán sus servicios de alojamiento y de transporte al lugar elegido.
- Mientras mayor sea la prestación de los servicios a nivel local, es decir, en el propio municipio, mayores serán los beneficios que queden en la comunidad.
- Una vez que el turista llega al lugar elegido, realiza muchos gastos:
  - Puede contratar por su cuenta un hotel o alojamiento.
  - Alquilar un coche o utilizar un taxi.
  - Comprar comida a diario, tomar bebidas y refrigerios (galletas, caramelos, etc.).
  - Hacer compras de artesanía típica del lugar.
  - Pagar los boletos de ingreso a los sitios de interés turístico.
  - Contratar los servicios de un guía.

- Asistir a espectáculos, conciertos, fiestas tradicionales, alquilar equipos deportivos, etc.

■ Paralelamente, las empresas vinculadas a estos gastos y encargadas de satisfacer tales necesidades o demandas de consumo, necesitan a su vez proveedores que les suministren:

- Los alimentos y bebidas.
- Los objetos de artesanía.
- Las bicicletas de paseo.
- Y otros productos de consumo variado.

■ También necesitan de gente que realice trabajos como: el mantenimiento, la atención al cliente, la venta en establecimientos, el servicio de limpieza, la preparación de las comidas, servicios de información, etc.

■ Estas personas incorporadas al mercado de trabajo que genera la actividad turística, obtendrán un salario que les permitirá satisfacer sus propias necesidades, fortaleciendo así la economía local.

■ Los empresarios por su parte, en la medida en que prospere su negocio, podrán reinvertir los beneficios, ampliando o diversificando sus servicios, lo cual sin duda, favorecerá a la creación de nuevos empleos (directos e indirectos).

■ De este modo el gasto turístico se convierte en círculo de intereses y beneficios encadenados, en el que cada uno de los eslabones de la cadena, representa dinero en movimiento que se reparte entre todos los que deciden involucrarse en la actividad turística, realizando un trabajo o inversión concreta.

## 7 SITUACIÓN DEL TURISMO EN BOLIVIA

Bolivia viene impulsando desde algunos años el desarrollo turístico nacional basado en la diversidad de su patrimonio a través de la cultura, el folklore, la naturaleza, la artesanía, etc.

El Turismo se ha convertido en la segunda actividad económica en importancia después de la exportación de soya, representando el 13,2 % de las exportaciones totales.

Las llegadas de visitantes extranjeros a Bolivia en 1999 alcanzaron a los 341.840. Los flujos turísticos crecieron sostenidamente durante la década a excepción de que en estos tres últimos años se presentó una disminución, explicada básicamente en factores económicos y sociales externos.

Los ingresos en divisas por Turismo internacional llegaron a 179,2 millones de dólares en 1999. Estos datos permiten apreciar que la tendencia del Turismo es creciente en nuestro país, con un futuro favorable para la próxima década.

Un aspecto clave de la viabilidad del Turismo es la incorporación de la administración local de forma activa, para lo cual ya se ha constituido el soporte básico, con la Ley de Participación Popular, que proporciona competencias en materia turística a las municipalidades y transferencias graduales en las funciones de fomento y control.

La incorporación del municipio de forma activa a la estrategia del desarrollo turístico del país, es un paso indispensable. Por ese motivo, no hay que olvidar que el municipio es la unidad primaria y básica de desarrollo.

Por eso es importante prepararnos desde el nivel municipal, regulando desde allí las reglas del desarrollo turístico basadas en la sostenibilidad ambiental, social y económica. Los buenos o malos resultados de nuestra actividad turística a nivel regional y nacional, dependerán de los logros y el esfuerzo que realicen desde cada municipio.

Solo a partir de esta realidad el turismo en Bolivia tendrá una base sólida para competir con ventajas en el mercado internacional, ofreciendo un Turismo de calidad basado en una relación de equidad entre ambiente y sociedad.

## MODULO II.

**1 ATRACTIVO TURÍSTICO.-** Es todo lugar que por sus características naturales o culturales de interés turístico motivan al turista a visitar y conocer dichos lugares. Los atractivos turísticos pueden ser de carácter renovable y no renovable.

Ejemplo de **atractivos renovables:** un lago en proceso de contaminación puede ser limpiado, un bosque talado puede ser arborizado.

Ejemplo de **atractivos no renovables:** la extinción de aves, animales y peces debido a la caza y pesca excesiva que realiza el hombre.

**2 TIPOS DE RECURSOS TURISTICOS.-** Se entiende por recursos turísticos a los atractivos de tipo natural, cultural, histórico o monumental que definen nuestra identidad como país.

**2.1 RECURSOS O ATRACTIVOS NATURALES.-** Son los que están referidos a las condiciones ambientales y físicas de un lugar como: montañas, altiplano, selva, bosques, paisajes, lagos, ríos, cuevas, fauna, flora, clima, etc.

Ejemplo: Lago Titicaca, El Illimani, El Sajama, El Illampu, El Parque Nacional Madidi, etc.

**2.2 RECURSOS O ATRACTIVOS CULTURALES.-** Son la herencia de un pueblo, sus tradiciones y costumbres típicas, como por ejemplo: la artesanía, la gastronomía, el folklore, y diferentes manifestaciones artísticas como la pintura, la música o la literatura.

Ejemplo: en folklore; tenemos la majestuosa entrada del Carnaval de Oruro. En tradiciones y costumbres; el Año Nuevo Aymará, la fiesta de Todos los Santos, etc.

**2.3 RECURSOS O ATRACTIVOS HISTÓRICOS Y MONUMENTALES.-** Son las construcciones de valor artístico e histórico, y también las huellas de la memoria de los pueblos. Por ejemplo, ciudades, edificios, arquitectura local, arqueología, sitios o rutas con un significado especial (religioso, simbólico e histórico).

Ejemplo: en arqueología: las ruinas de Tiwanaku, las ruinas de Pilkocaina en Copacabana y las ruinas de Samaipata en Santa cruz, etc.

### **3 PRINCIPALES ATRACTIVOS DE TIWANAKU**

Las ruinas de Tiwanaku fueron la expresión cultural más importante por los avances en su arquitectura y arte, conocidas a nivel mundial y visitado por miles de turistas al año.

Las principales ruinas son:

#### **3.1 KANTATAYITA**

**(Luz del amanecer)**

De kantatayita se dice que pudo ser un templo donde se realizaban ceremonias destinadas a la fertilidad de las parejas jóvenes, los animales y las semillas.

En Kantatayita actualmente se puede observar un hermoso dintel labrado en piedra, una de sus características principales es que este dintel tiene líneas curvas. En la pieza se pueden ver los dibujos de hombres echados y se advierte con claridad que la lámina que recubría el dintel curvo fue arrancada brutalmente, a golpes de cincel astillando la piedra.

Por otra parte cerca de Kantatayita se encuentra lo que podría ser la maqueta de otro templo, la cual es sin duda una pieza artística en cuya construcción tuvieron que intervenir verdaderos maquetistas. Esta pieza única, viene a constituirse en una de las pocas que de su clase se conservan en el mundo.

#### **3.2 TEMPLETE SEMISUBTERRANEO**

Este templete muestra una de las más acabadas realizaciones arquitectónicas de los momentos de esplendor de la ciudad, se halla a más de dos metros por debajo del nivel del área circundante y jamás se inunda. En los muros de este delicado templo que sigue el patrón del "tabla estacado", se advierten decenas de cabezas esculpidas en diferentes tipos de piedra como ser: caliza, andesita y arenisca roja.

Estas cabezas clavadas no tienen un mismo diseño; en ellas, nítidamente se pueden observar diferencias marcadas de varios grupos étnicos que tienen diferentes tocados. Algunas de ellas son naturalistas y copiadas con perfección, detalles y rasgos de conformaciones craneanas y rostros; otras fueron estilizadas de tal forma que con pocas líneas o rebajes capturan la esencia humana.

Las cabezas clavadas en los muros del templete encierran profundos misterios; sobre ellas se han tejido varias hipótesis. Observándolas detenidamente y al comprobar que no

son uniformes, es decir, que en cada una de ellas se patentizan diferentes tipos de cráneos (normales, braquicéfalos o doliocéfalos) y rasgos anatómicos también distintos creemos que pueden representar a las comunidades o en su caso, a etnias, con cuyo concurso integral pudo construirse la ciudad de los dioses, estas cabezas suman un total de 175.

De la excavación hecha por el arqueólogo norteamericano Wendell Bennett fue extraído el colosal monolito Bennett que hoy se encuentra en el nuevo museo de líticos en Tiwanaku.

En el centro del Templete Semisubterráneo se encuentra el monolito "Barbado" o "Kon Tici Wiraqocha" (Dios blanco Señor de las Aguas, con barbas y vestido con una larga saya), esculpido en roca arenisca. Del rostro de la estela se desprende la insinuación de una barba que le llega hasta el pecho y se ven los dibujos del "Iluchu" (gorro tejido de lana) que lleva en la cabeza; es también importante destacar la posición de los brazos cruzados sobre el vientre y el tórax; a sus costados desde los hombros a los pies se ven dos serpientes; hacia la parte inferior de los faldones se dibujan dos "titis" o gatos monteses. Valga aclarar que una estela prácticamente gemela a la que estamos describiendo fue encontrada en Wakullani, en las riberas del Lago Menor o Wiñaymarka, lo que demostraría que esta "waka" fue llevada a Tiwanaku por alguna de las comunidades afincada en Titicaca.

Algo que también es importante destacar de este templete es que en el ángulo noreste se puede apreciar con claridad un colector de aguas de lluvia, que después de muchos años sigue funcionando; algo que llama la atención es su puerta principal de ingreso la misma que está situada al sur, porque las demás puertas principales de los otros templos están situadas al este por donde sale el sol.

Empotradas en el piso del templete se hallaban varias estelas, sobresaliendo entre ellas la hoy nominada "Estela Bennett" o "Monolito Bennett".



### MONOLITO BENNETT

Hermosa escultura lograda en piedra arenisca roja. Este monolito tiene 7 metros 30 centímetros de altura y un peso de 30 toneladas métricas. Es singularmente hermoso todo el conjunto de relieves que recubren su pétreo piel exornada con hombres alados, cabezas de pumas, llamas, águilas, cóndores, peces Karachi, soles coronados y radiantes y símbolos escalonados. Arthur Posnansky nombró a la estela como "Monolito



Pachamama". Posnansky la mandó trasladar a la ciudad de La Paz; donde primero fue exhibida en La Alameda (El Prado o Avenida 16 de julio), posteriormente en la réplica del Templo Semisubterráneo frente al Estadio de la urbe. Posteriormente por problemas de contaminación ambiental y otros ha sido devuelto a Tiwanaku y actualmente lo podemos ver en el museo de líticos.

### **3.3 PIRAMIDE DE AKAPANA (Arrebol matutino)**

Con 800 metros de perímetro, 7 terrazas escalonadas y 18 metros de altura; en su cima de acuerdo a las crónicas, existían bellas edificaciones y presumiblemente, una piscina que pudo haber sido utilizada como observatorio astronómico; los "astrónomos" de la época antes que cansarse en una posición incómoda, mirando al cielo, hacían más fácil su tarea observando el movimiento celeste en las quietas aguas del estanque. En su acceso principal se hallaban piezas esculpidas en basalto negro sobre pedestales, llamados chachapumas u hombres puma.

Los muros de sostén de la primera terraza de Akapana, fueron revestidos con piedra almohadillada y los siguientes con sillería de litos canteados con perfecto corte. En el siglo XVIII, el español Oyaldebuero excavó la pirámide en busca de tesoros horadándola desde la cima y echando los escombros a los costados. Recientes excavaciones han puesto al descubierto la llamada "cloaca máxima" hoy cubierta de tierra pero que a principios de siglo fue excavada por la expedición francesa Créqui-Montfort.

Desde las canteras del Kimsachata (a 12 kilómetros al sur de Tiwanaku) se trasladan inmensos bloques de piedra arenisca hasta las obras, también desde los yacimientos de andesita en Copacabana y el volcán Kahapía, por vía lacustre y luego utilizando canales de navegación se transporta este material a la urbe donde se lo utiliza como pilares de sostén de las sillerías, pórticos y en la estatuaria.

Los enormes litos se transportan en barcas de totora, o son jalados por miles de hombres con sogas; haciéndoles deslizar sobre bolos (logrados con troncos de árboles) y bolas de piedra.

El empeño de un pueblo que no vacila en enfrentar todo por aportar, para la honra de sus dioses se puede ver en la magnitud de las piedras.

### 3.4 KALASASAYA

#### (Piedras paradas)

Este recinto ceremonial de Tiwanaku cubre aproximadamente 2 hectáreas. Son notables los muros que le hacen de marco; en ellos se advierte la presencia de grandes bloques pétreos que, a manera de agujas, se levantan por encima de las sillerías que se les adosan. Gracias a estas piedras que se alzan en hileras se lo llamó Kalasasaya (del quechua-aymara kala: piedra – Saya o sayaska: parado) o Templo de las Piedras Paradas.

A este sitio sagrado, como ya lo expresaron, los “amautas” o sabios lo ubicaron con perfecta orientación astronómica; su puerta principal de ingreso se abre con exactitud matemática al oriente, donde se marcan los solsticios y los equinoccios; por ejemplo el 21 de marzo (equinoccio de otoño), el astro rey nace exactamente por el vano de entrada al templo de Kalasasaya; el 21 de junio (solsticio de invierno), el sol nace por el ángulo formado por los muros este y norte, en relación a un punto central pegado al muro oeste; el 21 de septiembre (equinoccio de primavera), el sol nace por ángulo del muro este-sur, en relación a un punto central del muro oeste; el 21 de diciembre (solsticio de verano), el sol vuelve a nacer por la puerta central de ingreso al templo. En esta puerta se hace digna de atención su escalinata lograda con enormes rocas convenientemente rebajadas en sucesivas gradas.

En el interior del templo son aún visibles los muros interiores, hechos con sillerías de piedra canteada, que sirvieron como sostén a una de las terrazas; al lado izquierdo se encuentran las escalinatas angostas donde se aprecian dos canaletas de desagüe. En la pared norte de este templo existen varios cimientos de habitaciones, las mismas que fueron destruidas por los habitantes de la zona, quienes se llevaron las piedras para darles diferentes usos. En el interior norte se encuentran dos bloques con base cuadrangular de aproximadamente 60 centímetros por lado y 1 metro 50 centímetros de alto en los que en su tercio superior, con habilidad extrema, se practicó un orificio trabajado a la manera de una concha de caracol que va de una cara para la otra. Este orificio tiene un diámetro de unos 30 centímetros en un lado, angostándose hasta los 15 centímetros en el otro. Este raro orificio es un amplificador de sonidos, acercando el oído en la parte más angosta del orificio se pueden escuchar conversaciones o ruidos que se producen en sitios bastante alejados. Este ingenioso sistema demuestra que ya en el mundo de la antigüedad precolombina se conocía y se aplicaba la acústica.

En el Kalasasaya se yerguen dos hermosas estelas muy diferentes entre sí: el monolito "Ponce" y el monolito "Fraile".



### **MONOLITO PONCE**

Situado en la parte central de la segunda terraza del templo de Kalasasaya. Es singular la perfección de los dibujos que cubren su figura. Sostiene entre las manos dos "kerus" o vasos ceremoniales. Cobra particular importancia la serie de bajo relieves concéntricos de las piernas, que podrían representar un calendario. Su altura es de 3 metros 4 centímetros.

Detalle de la testa y torso del monolito "Ponce"; entre algunos de sus dibujos se destacan: el turbante rodeado de figuras antropozoomorfas, similares a las de la "Puerta del Sol"; de los ojos-alados descienden figuras de águilas; de sus ojeras se desprenden como lágrimas figuras de peces Karachi; a manera de trenzas figuras rectangulares concéntricas que concluyen con la clásica cabeza de pez; como grandes aretes cuelgan de las orejas símbolos antropomorfos; en la parte del pecho y los hombros se repiten las figuras antropozoomorfas del turbante; en mitad del pecho resaltan dos vasos ceremoniales (kerus) de los que emanan figuras zoomorfas que repiten los motivos centrales de peces que también se observan en la base de los deltoides; la parte exterior de los keros se ornamenta con figuras repetidas de karachis. Es singularmente hermosa la gola del cuello en la que se advierten diseños antropomorfos seriados. Debajo de la nariz del gigante pétreo se ven como bigotes, diseños de cabezas zoomorfas.

En este monolito se manifiesta el más puro arte tiwanakota, grabado en la roca andesita. La "piel" del gigante pétreo fue tatuada en su integridad con dibujos iconográficos como hombres alados, peces, cabezas de pumas o de camélidos, cóndores, águilas, símbolos escalonados, etc. En sus espaldas —como también ya lo dijimos— se advierte dibujos seriados correspondientes a jeroglíficos no descifrados.



### **LA ESTELA "EL FRAILE"**

Erguido en el ángulo sud-oeste del templo de Kalasasaya se encuentra el monolito llamado Fraile. La actitud contemplativa de este monolito hace entrever a un ser místico en profundo éxtasis.

Fue llamado así por la estampa que le imprimieron sus realizadores; impresiona su serena y rígida prestancia y hasta se puede observar al sumo sacerdote que pudo

representar. Su figura, casi naturalista, no fue profusamente adornada; mas, salta a la vista su cinturón en el que se esculpieron crustáceos (cangrejos). Es sabido que no existen en el Titicaca, ni en la zona del altiplano, estos son propios de los océanos o de los ríos de las llanuras amazónicas.

Justificando la presencia de esta estela, en Tiwanaku, sólo cabe pensar que fue trabajada por comunidades del Litoral que la trasladaron hasta la metrópolis, como símbolo de su presencia.

### 3.5 LA "PUERTA DEL SOL"

Este monumento, es conocido a nivel mundial como la mayor muestra del alto grado de perfección que alcanzó la cultura, tanto por el arte como por la simbología que atesoran sus bajorrelieves. Se afirma que fue el Mariscal Antonio José de Sucre, quien en su viaje de ingreso por el camino del Desaguadero a la ciudad de La Paz, mandó ponerla de pie. Este hermoso portal lítico trabajado en un solo bloque de piedra andesita no fue, en el pasado, una pieza aislada sino, más bien, parte de una edificación mayor que pudo ubicarse en la cima de la pirámide de Akapana y otros consideran que el Kalasasaya fue su sitio original.

Se dice que un rayo la partió en el siglo pasado, aunque originalmente fue cortada con gran precisión, sus medidas son de 4 metros de largo, 2,18 metros de altura a partir del suelo, 45 centímetros de espesor y su peso aproximado es de 10 toneladas. La piedra en sí es una troquita oscura y sumamente dura, ha sido pulida con una perfección tal que no hay destreza que la pueda aventajar; sus líneas están perfectamente trazadas y sus ángulos rectos ejecutados con una exactitud que el más cuidadoso geómetra no podría sobrepasar. Excluyendo ciertos daños y desfiguraciones y algunos deterioros leves ocasionados por el tiempo, no es posible que exista en este continente o en el otro una mejor pieza de cantería, incluido el material.

Sin lugar a dudas las inscripciones esculpidas en todos los monumentos pétreos encontrados en Tiwanaku llevan consigo significados aún no descifrados; tal es el caso de La Puerta del Sol, donde se pueden ver figuras representadas en tres hileras que están separadas por una figura central; estas figuras tienen cuerpos, manos y pies humanos; cada una sostiene un cetro; son aladas; pero las series superior e inferior tienen cabezas humanas con coronas representadas de perfil, mientras que las dieciséis figuras de la hilera intermedia tienen cabezas de cóndores.

La figura central y principal está tallada de forma angular, la cabeza está rodeada por una serie de lo que se podría llamar rayos, cada uno de los cuales termina en un círculo, la cabeza del cóndor o la de un tigre (puma), todos tratados convencionalmente, pero con vigor. En cada mano sostiene dos bastones o cetros de igual tamaño que su cuerpo. El extremo inferior del cetro de la mano derecha termina en la cabeza de un cóndor y el superior en la del tigre (puma), mientras que el extremo inferior del cetro de la mano izquierda termina en la cabeza de un cóndor y el superior se bifurca y termina en dos cabezas de cóndor; los bastones o cetros no son derechos y rígidos, sino curvados, como para representar serpientes, y están esmeradamente adornados como para representar la acción sinuosa de la serpiente en movimiento. Las irradiaciones de la cabeza parecen tener la misma acción. Una faja ornamentada, de la que pende una doble franja, rodea la cintura de esta figura principal que se eleva sobre una especie de base o conjunto de figuras que por su índole se aproximan más que nada al ornamento arquitectural llamados grecques, pero cada uno de sus extremos termina en la cabeza coronada del tigre o el cóndor. Su rostro ha sido un poco mutilado, pero muestra algunas figuras peculiares que se extienden desde los ojos en diagonal por las mejillas y terminan también en las cabezas de los animales recién mencionados.

El Hombre-Sol se encuentra rodeado por 32 figuras de hombres-sol y 16 figuras de hombres-águila, con sus rostros vueltos hacia la gran figura central como en adoración; en la parte inferior del friso, corridos hacia los tercios laterales se hallan los dos trompeteros, pequeños hombrecitos en actitud de tocar un instrumento de viento. Sobre la misma línea inferior se destacan soles radiantes.

Viendo del lado derecho de la puerta del sol, en la hilera superior se ven a los hombres-sol, luciendo coronas terminadas en figuras zoomorfas; sostienen cetros en los que se distinguen las clásicas cabezas de los peces "Karachi", propios del Titicaca; las alas también concluyen en figuras zoomorfas; los pies dan la impresión de movimientos rápidos. La segunda hilera muestra a los hombres-águila u hombres-cóndor con testas que reproducen cabezas de aves cuyas plumas terminan en complicados símbolos en los que se identifican dibujos zoomorfos; estos hombres-ave sostienen el clásico cetro terminado en la cabeza del pez carachi. La tercera hilera repite a los hombres-sol de la primera hilera superior, pero se diferencia de esta en la terminación de los cetros que lucen en su acabado cabezas de cóndores, contrariamente a la de los peces de la primera y segunda hileras, también los cetros se diferencian de los de las hileras

anteriores en que no se bifurcan en sus extremos superiores siendo de una sola pieza, cuyos extremos reproducen el mismo motivo del cóndor.

En la parte inferior del friso se observan con nitidez soles radiantes de diferentes tamaños, ya coronados como la figura del extremo izquierdo, ya irradiando haces de cabezas zoomorfas, ya semibarbados, o luciendo como los dos soles más pequeños, encima de sus rayos los dos trompeteros que miran alternativamente a uno y otro lado.

### **3.6 PUTUNI**

#### **(Con huecos)**

El palacio de Putuni está situado al oeste de Kalasasaya. De este magnífico edificio quedan las piedras de las puertas de entrada, así como algunos cimientos de las paredes. Este palacio ha sido excavado en su totalidad, dejándose a la vista los cuadros de excavación para que los visitantes vean el tipo de técnica que se empleó en los trabajos de excavación.

En este palacio se pueden observar bloques perforados, los huecos tenían salida al exterior esto significa que estas piedras eran las piedras fogón; en sus huecos en los tiempos de Tiwanaku se colocaban las mechachuas que eran objetos de cerámica donde se ponía grasa de llama que servía de combustible dentro de la piedra y la luz que salía al exterior daba una iluminación color naranja que señalaba la parte más importante de este templo, la cual estaba ubicada al centro de la pared este, allí existía una construcción de piedra sobre la plataforma completa hay cuatro perforaciones que delimitan a la pequeña construcción.

### **3.7 KERIKALA**

El recinto se encuentra hacia el oeste y es el último excavado en la parte oeste del centro ceremonial de Tiwanaku. En kerikala se encuentran cuatro bloques esquineros en piedra andesita gris, estos son los templos más saqueados por estar más próximos al pueblo. De los sillares quedaron simplemente los cuatro bloques macizos, sobrevive una pieza, parte de una pared es un bloque cuyos dos lados internos y externos tienen bajorrelieves de dos figuras cruciformes escalonadas. Además las excavaciones son incompletas.

### **3.8 CHUNCHUCALA**

Este sitio se encuentra en la parte oeste del centro ceremonial de Kalasasaya y muy cerca al centro urbano de Tiwanaku, hoy se puede apreciar pequeños bloques de piedras labradas en andesita gris, este sitio fue saqueado totalmente porque se encuentra al inicio de la urbe de la población de Tiwanaku.

### **3.9 KORANA**

**(Pelado)**

Este sitio es uno de los más saqueados por estar muy próximo a la parte urbana de Tiwanaku y no se encuentran muchos rasgos en este sitio.

### **3.10 PUMA PUNKU**

**(Puerta del puma)**

(Situado a unos 600m, al sur - oeste del Kalasasaya), este templo se caracteriza por tener los bloques de piedra más grandes y pesados de toda el área que conforma Tiwanaku, alguna de las cuales pesa más de 130 toneladas métricas.

Pumapunku (Puma; león americano- punku: puerta) es uno de los templos más representativos de la metrópolis cubre un área aproximada de casi 3 hectáreas; su planta sigue el patrón del símbolo escalonado, también presente en la planta de la pirámide de Akapana. Las piezas líticas del templo de Pumapunku son notables no solo por sus descomunales proporciones sino por el trazo armonioso y bello de sus rebajes. Sus diseñadores lo concibieron piramidal, con 3 terrazas escalonadas; sobre la superior se irguió el gran templo asentado sobre imponentes rocas canteadas con exquisito oficio. En Pumapunku llama inmediatamente la atención la presencia de grapas y anillos de cobre arsenical, que unían los bloques de piedra simétricamente cortados. Estas grapas demuestran que los que habitaron en Tiwanaku fueron uno de los primeros pueblos precursores del uso del metal en la construcción, ya que alcanzaron elevados adelantos técnicos. El piso circundante al templo fue hecho con tierra apisonada de arcilla coloreada con ocre rojizo.

### 3.11 CHOKEPAJCHA

#### (Aguas sagradas)

Vertiente que se encuentra en Tiwanaku, sus aguas fueron utilizadas para motivos ceremoniales dentro del espacio ceremonial en el lugar.

## 4 ARTESANIA

La artesanía alcanzó niveles muy altos en cerámica, pulido y tallado de la piedra y el arte en el metal, debido a la fina confección y perfecto acabado de los objetos y a la riqueza de los materiales utilizados.

**CERAMICA.-** Tiwanaku fue el principal centro donde la cerámica alcanzó su máximo desarrollo en cuanto a su elaboración, ya que los alfareros alcanzaron niveles insuperables tanto en los diseños, el engobe, las figuras pintadas y colores que plasmaron en la misma. Lo más representativo en cuanto a la cerámica son los sahumadores, los mismos que tienen acabados perfectos que terminan en cabezas de pumas, cóndores y otras llamadas figuras zoomorfas, porque los diseños iconográficos están combinadas entre animales y hombres por ejemplo: hombres puma. Por otra parte lo que más se ha destacado son los kerus o vasos ceremoniales, llamados también vasos cha'lladores estos objetos eran utilizados en las ceremonias religiosas, donde los motivos pintados que figuraban en estos objetos eran el puma, cóndor, águila, peces, camélidos, serpientes y el signo escalonado. También copiaron cabezas humanas tan naturales que parecen vivas, las cuales llevan los mismos motivos pintados de los kerus y sahumadores a las que se denomina wakuretratos.



Los colores que más se utilizaban para pintar la cerámica eran el blanco y negro para trazar las figuras para luego pintar las mismas con otros colores como ser: amarillo, rojo, gris o pardo.

**Pulido y tallado de la piedra.-** El excelente trabajo del pulido y tallado de la piedra se observa en los bajorrelieves iconográficos delicados y perfectos que se manifiestan en las construcciones y obras artísticas de piedra como ser: los monolitos, estelas, cabezas clavadas y relieves, donde las figuras se presentan generalmente en posiciones rígidas y en sus rasgos se empleaban bastante las líneas rectas, destacándose el símbolo escalonado, hombres alados, soles coronados o radiantes, pumas, camélidos, etc.

**Artes del metal.-** También adquieren en Tiwanaku, especial esplendor el arte del metal, con la confección de gran cantidad de objetos de bronce, oro y plata. Así podemos mencionar las preciosas y sencillas máscaras funerarias y ceremonias hechos en laminas de oro, cuya fisonomía se repite en los personajes de la puerta del sol.

La confección de joyas de oro y plata alcanzaron gran difusión y calidad como ser: tupos, aretes y otros. En cuanto a los utensilios domésticos están los cuchillos semicirculares llamados tumis. También se realizaron planchas metálicas para proteger los bajorrelieves, grapas para unir los bloques de piedra y diversos objetos decorativos lujosos.

## MODULO III.


**1 SERVICIOS TURÍSTICOS.-** Los servicios turísticos son los que están relacionados de manera muy estrecha con la actividad turística, ya que sin ellos sería imposible satisfacer las necesidades del turista. Estos servicios se clasifican en: Servicios Básicos y Complementarios.


**1.1 SERVICIOS BÁSICOS.-** Son aquellos servicios que necesariamente deben existir para que se desarrolle la actividad turística como ser: transporte, hospedaje, alimentación.

**1.1.1 SERVICIO DE TRANSPORTE.-** Por la necesidad de trasladarse hasta el sitio turístico, es muy importante contar con servicios de transporte ya sean estos acuáticos, terrestres o aéreos.

En Bolivia el medio de transporte más utilizado es el terrestre especialmente en el área rural, tal es el caso del municipio de Tiwanaku donde los chóferes ofrecen este servicio que es utilizado por los turistas y personas que quieren conocer este sitio.

**Clasificación de los medios de transporte terrestre que ingresan a Tiwanaku.**

 **Transporte particular;** son aquellos en los que se desplazan los turistas a los sitios turísticos y por lo general este medio de transporte es utilizado por las agencias de viajes.








 **Transporte público;** son aquellos donde se desplazan todas las personas sean turistas o no, estos brindan menos comodidad al viajero hasta llegar a su lugar de destino y son los que en la actualidad se utilizan con mayor frecuencia.

**1.1.2 SERVICIO DE HOSPEDAJE.-** Por hospedaje se entiende al servicio de alojamiento que se brinda al viajero en forma temporal y que funciona en una edificación construida o acondicionada para tal fin.

Los establecimientos de hospedaje según la Cámara Hotelera de Bolivia se clasifican en:

 Hoteles

 Apart-hoteles

-  Hoteles suites
-  Hostales o residenciales
-  Casa de huéspedes
-  Alojamientos
-  Complejos turísticos
-  Flóteles
-  Establecimientos de hospedaje complementario.

**1.1.2.1 HOTELES.-** Son aquellos establecimientos que prestan sus servicios de hospedaje en forma permanente y su categorización se realiza de acuerdo al equipamiento que tienen. Esta categorización se clasifica por el número de estrellas que van de 1 a 5 estrellas.

**1.1.2.2 APART-HOTELES.-** Son aquellos establecimientos que prestan sus servicios de hospedaje en forma permanente con departamentos equipados en su totalidad, siendo su categorización de 3 a 5 estrellas.

**1.1.2.3 HOTELES SUITES.-** Son aquellos establecimientos que prestan sus servicios de hospedaje las 24 horas del día, en suites bien equipadas y con mucha comodidad, su categorización es de 4 a 5 estrellas.

**1.1.2.4 HOSTALES O RESIDENCIALES.-** Son aquellos establecimientos que prestan sus servicios de hospedaje permanente en habitaciones separadas, siendo su categorización de 1 a 5 estrellas.

**1.1.2.5 CASA DE HUÉSPEDES.-** Son aquellos establecimientos que prestan en forma permanente servicios de hospedaje en habitaciones separadas y su categoría es única, es decir, no tiene estrellas que la categoricen.

**1.1.2.6 ALOJAMIENTOS.-** Son aquellos establecimientos que prestan sus servicios de hospedaje en habitaciones separadas y se categorizan en clase A y B.

**1.1.2.7 COMPLEJOS TURÍSTICOS.-** Son aquellos establecimientos que prestan sus servicios de hospedaje de manera permanente en habitaciones separadas, siendo su categorización de 3 a 5 estrellas.

**1.1.2.8 FLOTELES.-** Son aquellos establecimientos que prestan servicios de alojamiento, ubicados en una instalación flotante o sobre una nave acuática siendo de categoría única.

**1.1.2.9 ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COMPLEMENTARIOS.-** Son aquellos establecimientos de características sencillas y confortables que brindan servicios de alojamiento en especial a deportistas o grupos unidos por un interés o actividad común, están destinados a apoyar la realización de actividades turísticas especializadas en las regiones rurales y áreas protegidas del país. Existiendo varias modalidades como ser:



**Lodges:** Son establecimientos que prestan el servicio de hospedaje de manera permanente en habitaciones con o sin baño privado y prestan servicios de alimentos y bebidas.

Están destinadas principalmente a apoyar el turismo de naturaleza y el turismo cultural; su diseño es armónico con el entorno natural recupera el uso de materiales tradicionales y diseños locales.



**Casas de Campo:** Son haciendas u otras formas habitacionales rurales, que acondicionan algunos espacios para dar el servicio de hospedaje en determinadas temporadas.



**Albergues:** Son establecimientos que dan servicio de hospedaje de manera permanente en habitaciones grandes donde se ubican varias camas y los baños son compartidos entre todos. Incluyen las habitaciones habilitadas para recibir turistas en casas particulares del país y los refugios habilitados para la práctica de actividades como la pesca deportiva.






**Áreas de camping:** Son espacios destinados de forma permanente a la instalación provisional de carpas.

**1.1.3 SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN.-** Los servicios de alimentación son aquellos que están dedicados a la prestación de alimentos y bebidas preparadas en el mismo local y algunas veces, desarrollan actuaciones artísticas de origen autóctono, mostrando las danzas y música típica del lugar o país.










Estos servicios pueden brindar distintos tipos de gastronomía (comida) regional, nacional o internacional, de acuerdo al gusto de los clientes o turistas.

De acuerdo a la Cámara Gastronómica y a la Unidad Departamental de Turismo los restaurantes turísticos se clasifican en:

-  **Clase primera:** Son los que dan servicios de alimentos y bebidas incluyendo peñas folklóricas.
-  **Clase segunda:** Son los que dan servicios de alimentos y bebidas incluyendo las peñas folklóricas.
-  **Clase tercera:** Son los que dan servicios de comida rápida. Ejemplo: hamburguesas, salchipapas, hotdogs, sándwiches, etc.

**1.1.4 SERVICIOS DE INFRAESTRUCTURA.-** Los servicios de infraestructura son los que están a disposición de todas las personas que integran una comunidad, sean residentes o visitantes, ya que su función es satisfacer sus necesidades básicas.

A continuación mencionaremos estos servicios:

-  Aeropuertos
-  Carreteras
-  Señalización
-  Red de agua potable
-  Suministro eléctrico
-  Líneas telefónicas
-  Recojo de basura
-  Tratamiento de aguas servidas
-  Alcantarillado, etc.

**1.2 SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.-** Son aquellos que complementan a los servicios básicos así por ejemplo: agencias de viajes, peñas folklóricas, tiendas de artesanía, comercio, servicios bancarios, seguridad, asociaciones deportivas, etc.

**2 CALIDAD DE SERVICIOS.-** La calidad significa mejorar la opinión del cliente en las acciones de contacto más cotidianas y directas.

La palabra CALIDAD es muy amplia y puede ser aplicada a varios temas, en este caso aplicaremos a los servicios anteriormente mencionados, ejemplo:









**2.1 CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE.-** La calidad se la dará haciendo que el cliente se sienta satisfecho con el servicio que se le preste, dándole comodidad, buen trato, brindándole la información que necesita, cumpliendo con el horario de salida y llegada al destino turístico, realizando un previo mantenimiento al medio de transporte antes del viaje (ver si los neumáticos están bien, los frenos, etc.), manteniendo la limpieza al interior del mismo y haciendo de que el precio sea lo más justo posible, ya que si se presta este servicio con todo lo anteriormente mencionado no debe incrementarse el precio sino lo que debe subir es la calidad.

**2.2 CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE.-** Los establecimientos de hospedaje, deben cuidar por el buen servicio y calidad de los mismos, destacando esencialmente la limpieza, puntualidad en el servicio, sistemas de seguridad interna y externa de la infraestructura de hospedaje, personal calificado (gente capacitada en todo lo que significa relaciones humanas), señalización, sistema de informaciones, equipamiento adecuado a las necesidades del cliente (catres un poco más grandes de los que se usan normalmente, ya que los turistas son gente de mayor estatura). Además deben hacer un permanente mantenimiento de las instalaciones, equipos y mobiliario.

**2.3 CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN.-** Los restaurantes que presten sus servicios deberán contar con:



Locales en buenas condiciones de presentación, limpieza y seguridad del mobiliario y equipos.

-  Puertas, ventanas o cualquier abertura al exterior de los ambientes donde se preparan los alimentos estarán protegidas con malla milimétrica adecuada para evitar que ingresen las moscas o cualquier otro insecto.
-  La cocina debe tener un sistema de ventilación apropiada para evitar cualquier olor, humo y calor excesivo.
-  Para conservar bien los productos que se guardan en las despensas, éstas deben contar con ambientes secos, paredes lisas, con bastante ventilación y debidamente protegidas contra insectos y ratones.
-  Deben contar necesariamente con una conservadora o refrigerador para bebidas y alimentos que así lo requieran.
-  Deben tener baños de uso público para mujeres y hombres, ambos con entradas separadas y con un lavamanos respectivamente. Estos deben contar con papel higiénico y jaboncillo de manera permanente y para el personal debe contar con un baño exclusivo con sus respectivos vestuarios, lavamanos y duchas.
-  Los utensilios y demás enseres, tanto de la cocina como del comedor, deberán estar obligatoriamente limpios y desinfectados, para luego ser guardados en lugares secos y protegidos de los insectos, ratones y polvo. Estos utensilios deben estar en buen estado de conservación y mantenimiento. No se usarán tazas, vasos, copas, platos, cubiertos y otros utensilios con abolladuras, grietas, partes oxidadas o cualquier otro defecto ya que pueden afectar a los alimentos en el sabor, o pueden ser fuentes de transmisión de enfermedades.
-  Mantales y servilletas se deben mantener limpios, y los de tela o plástico estarán en buen estado de conservación.
-  Los restaurantes deberán hacer mantenimiento permanente de sus instalaciones equipos y mobiliarios, así como, una reposición oportuna de cubiertos, vajilla, cristalería, etc.









**2.4 CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE INFRAESTRUCTURA.-** Para brindar calidad en infraestructura, debe existir, mantenimiento permanente en cuanto a las carreteras, agua potable, luz, alcantarillado, señalización, líneas telefónicas, etc.

**2.5 CALIDAD EN LOS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.-** Es importante mantener la calidad en estos servicios tanto en la atención y trato al turista para lo cual es necesario saber lo que son las relaciones humanas.




**3 HIGIENE PERSONAL.-** El turismo es una actividad que se caracteriza por su trato humano, por ello lo más importante en los servicios turísticos son las personas que lo brindan.

Al margen de la amabilidad y buena voluntad que deben tener los prestadores de servicios, deben estar correctamente vestidos, aseados y preparados para atender a los clientes. A continuación detallaremos algunas de las normas de higiene personal:

**3.1 ASEO PERSONAL:**

-  Acostumbrarse al baño diario antes de entrar al trabajo.
-  No usar perfumes o lociones fuertes.
-  Presentarse al trabajo bien rasurado.
-  Lavar el cabello por lo menos dos veces por semana.
-  Si tiene caspa usar algún shampoo especial para este problema.
-  Cepillarse los dientes diariamente.
-  Conservar siempre buen aliento.
-  Evitar fumar.

**3.2 PRENDAS DE VESTIR:**

-  Uniformes y prendas de vestir bien lavados y planchados (se recomienda cambiarlos a diario).
-  Si se usa corbata se debe llevar bien anudada.
-  Zapatos bien lustrados.

**4 RELACIONES HUMANAS.-** Las relaciones humanas son las que nos enseñan a tratar con las personas que nos rodean, ya sea en el trabajo, en la familia o con los amigos que tratamos a diario, para convivir dentro de un marco de respeto y ayuda














recíproca (yo te respeto, tu también debes hacerlo conmigo, yo te ayudo, tú también debes ayudarme).




Las relaciones humanas nos ayudan a dar soluciones a los problemas de tipo psicológico y social que se presentan en nuestro diario vivir.

Ejemplo: Si un turista está enfurecido por el trato malo que le dieron en el restaurante, entonces nosotros trataremos de tranquilizarlo ofreciéndole otro tipo de comida o bebida.

En el caso del turismo, las relaciones humanas son más aplicadas en la atención y trato al turista.

A continuación mencionaremos algunas normas que nos servirán para dar una mejor atención y trato al turista:

-  Saludar al turista mirándolo a los ojos y sonriendo levemente (no estar enojado).
-  Escuchar con atención al turista, no interrumpirlo para entender lo que realmente quiere saber y conocer.
-  Informar claramente sobre lo que el turista preguntó, aclarando todos los aspectos relacionados con su pregunta con el fin de evitarle cualquier contratiempo por falta de información.
-  No gritar al hablar con el turista, hacerlo con voz clara, suave y pausada para que él entienda la información que se le está proporcionando.
-  Evitar el uso de frases corrientes (ay situs..., está o por ay situs..., andá), etc.
-  Al hablar por teléfono hacerlo con claridad y sin rapidez.
-  La elección del tema de conversación debe ser según el interés del turista.
-  Si un turista se queja de algo, no discutir con él y responderle con voz pausada.
-  Ser educado en todo momento, ya que la educación es la principal arma de trabajo dentro del campo del turismo.
-  Ser comprensivo con los turistas es muy importante, ya que muchos de ellos no cuentan con los medios económicos suficientes, sin embargo desean conocer todos los atractivos que tiene el municipio (mochileros y nacionales, especialmente estudiantes).
-  No sentarse en los escritorios o mesas mientras se atiende a los clientes.

-  No colocar las manos dentro de los bolsillos.
-  No masticar chicle o comer mientras se atiende al turista.
-  Ser siempre entusiasta, dinámico y tener confianza en sí mismo, para brindar un excelente servicio de calidad para que los turistas se sientan satisfechos

## MODULO IV

**1 DEFINICIÓN DE CULTURA.-** La cultura es, la herencia de un pueblo que se transmite de generación en generación con sus costumbres y tradiciones típicas como por ejemplo: la artesanía, la gastronomía y diferentes manifestaciones artísticas como la pintura, música o literatura.

Entonces podemos decir que la cultura es única para cada grupo y se desarrolla en un núcleo organizado de personas llamado sociedad, donde el individuo demuestra lo que es o lo que siente ser frente a sus semejantes que tienen otras formas de actuar o de pensar.

**2 IMPORTANCIA DE LA CULTURA.-** La cultura es tan importante para el desarrollo de los pueblos, ya que sin ella se pierde la identidad cultural que se manifiesta en el diario vivir de las personas en la sociedad. La identidad es el sentido de pertenencia que uno siente con relación a ciertos factores determinantes como la edad, el género, el grupo étnico al que se pertenece, el territorio y también a la clase social que se tiene en la sociedad.

Por ello es de mucha importancia hablar de lo que es la identidad cultural de los pueblos ya que gran parte de los sitios turísticos, albergan a grupos étnicos muy importantes; por esto es necesario valorar y rescatar toda la sabiduría de nuestros ancestros para sentirnos orgullosos de nuestras raíces y no sentirnos avergonzados o inferiores a los demás. Por que a los turistas que visitan nuestro país les interesa conocer más de lo nuestro; lo autóctono, lo real, lo que vivimos y sentimos aquí y ahora.

### **3 DEFINICION DE COSTUMBRE Y TRADICION**

**3.1 COSTUMBRE.-** Es cuando se realiza una actividad comúnmente, también se la denomina un hábito, es decir, la facilidad de aprender una acción por la constante práctica donde se llega a convertir una fuerza de ley.

Mediante las costumbres se va formando el fondo de modo de ser de un país, ciudad o pueblo. En cultura las costumbres son: la artesanía, música, danza, religión, etc.

**3.2 TRADICION.-** Es la transmisión de costumbres, enseñanzas, noticias de hechos históricos, etc. Estos van de generación en generación dentro de la cultura de una sociedad ya sea de un país ciudad o pueblo.

### **4 COSTUMBRES Y TRADICIONES DE LA CULTURA TIWANAKOTA**

**4.1 ARTESANIA.-** La artesanía es el arte de elaborar o hacer productos de manera manual o con las manos. Entonces podemos decir que la artesanía esta muy vinculada con el que hacer de la gente que vive en un lugar, ya que muestra parte de su diario vivir en ella y rescata sus valores culturales utilizando la materia prima que lo rodea. En el caso de Tiwanaku la artesanía esta muy relacionada con la cultura tiwanakota, porque esta cultura ha alcanzado niveles muy elevados en cerámica, pulido y tallado de la piedra no se limitó a las grandes construcciones. Los tiwanakotas crearon también obras artísticas de piedra como monolitos, estelas, cabezas clavadas y relieves con una característica singular: sus figuras están representadas generalmente en posiciones rígidas, y en sus rasgos se empleaban las líneas rectas.

**CERAMICA.-** La cerámica tiwanakota al llegar a ser una de las mejores en Sud América, sobresalió la elaboración de los vasos kerus o vasijas utilizadas en las

ceremonias religiosas, donde los motivos más representativos fueron el puma, el cóndor y el signo escalonado.

Por esto es muy importante no perder esta técnica de elaboración de productos hechos con arcilla, conservando sus diseños y colores autóctonos, para que así los futuros alfareros vayan mejorando su calidad de producción para alcanzar o mejorar los niveles que llegaron a obtener sus antepasados y de esta manera no se pierda esta técnica con el paso de los años.

Para el turista es muy importante la artesanía del lugar o sitio que visita ya que es parte de lo que ha visto y vivido en el lugar y es lo único material que puede llevarse de recuerdo a su país.

Entonces lo que se debe hacer es rescatar la artesanía local como ser: cerámica, tejidos, cestería, etc., para que así los beneficios sean mutuos, es decir, para los artesanos y visitantes, porque así los turistas se van satisfechos al encontrar en el lugar visitado productos de calidad y los artesanos mejoran sus ingresos y calidad de vida.

**4.2 MÚSICA Y DANZA.-** La música y la danza son también parte importante de la cultura de los pueblos ya que por intermedio de estas manifestaciones la gente expresa su manera de sentir y vivir; se identifica con sus raíces, por eso es de vital importancia rescatar la música y danzas autóctonas u originarias del lugar, para que así los futuros pobladores se sientan identificados con su cultura y ellos sean los que conserven y mantengan estas manifestaciones culturales, para que se sientan orgullosos de lo que son y llevan en la sangre.

Para expresar y sentir la música y la danza, es importante mantener la autenticidad tanto en los instrumentos, ritmos y vestimenta, eso hace que la cultura sea autóctona y no se distorsione, porque el turista siempre busca lo auténtico, lo original o autóctono en la expresión cultural de los pueblos.

**4.3 GASTRONOMIA.-** Es el arte de la preparación de diferentes tipos de comida. Entonces la gastronomía es parte de la cultura que tienen los pueblos en la preparación de sus alimentos, los cuales deben mantener sus ingredientes nativos con los que preparaban desde tiempos antiguos nuestros ancestros, por ejemplo: los platos típicos preparados en base a quinua, tarwi, amaranto, chuño, papa, charque, queso, pescado, etc.

**4.4 MITOS Y RELIGION.-** La creencia de los pueblos en las cosas sobrenaturales tiene mucha importancia para mantener la cultura, porque mediante estas creencias se pueden alcanzar cierto tipo de favores que se piden a estos seres sobrenaturales, tal el caso de Tiwanaku donde se festeja el Año Nuevo Aymará y se pide las bendiciones del Tata-Inti para tener abundante cosecha, buena salud, etc.

También es importante hacer las ofrendas a la Pachamama en las distintas épocas del año, todas las creencias y rituales son muy importantes para mantener la cultura y para el turismo, especialmente si se rescata lo autóctono porque a los turistas les gusta ver y participar de estos rituales.

Por otra parte, es también importante participar y rescatar las tradiciones religiosas que están programadas en el transcurso del año como ser: la fiesta de la Pascua, Santiago, Concepción, Navidad, etc.

**4.4.1 CH'ALLA.-** La ceremonia de la "Ch'alla" ha sido y actualmente es muy común para la gente originaria de los pueblos y las ciudades, ya que es una ofrenda primaria a los dioses nativos como ser: La Pachamama, los Tata MallKus; los mismos que están reencarnados en los cerros altos como el Illimani, el Sajama, el Huayna Potosí, etc.

Por último es importante recalcar que la cultura es la que da vida a los pueblos porque sin ella seríamos como cuerpo sin alma, entonces no perdamos nuestras tradiciones y costumbres, nuestra identidad cultural mas bien cultivémosla día a día, para sentirnos orgullosos de lo que somos, no tengamos vergüenza de ser bolivianos descendientes de culturas desarrolladas como son la cultura aymará, quechua, guaraní, etc. Evitemos copiar lo extranjero creyendo que es lo mejor, abramos nuestros ojos y digamos sí a lo nuestro.

## MODULO V

### 1 MEDIO AMBIENTE

#### 1.1 ¿QUÉ ES MEDIO AMBIENTE?

Medio ambiente es todo lo que nos rodea como ser: el aire, el agua, la tierra, los animales, las plantas, etc.

#### 1.2 EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE EN BOLIVIA

En Bolivia se comienza a cuidar el medio ambiente a partir de los años 80, esto se lo hizo con charlas, talleres, seminarios, etc. Donde se trataron diversos temas y se vio la magnitud del problema. A raíz de esto se creó la ley N° 1333 del Medio Ambiente el año 1992 con sus reglamentos y artículos correspondientes, los cuales deben ser de conocimiento de las autoridades y población en general para hacer que sea aplicada en nuestro país y de manera especial en los municipios, tal es el caso de Tiwanaku donde las funciones son compartidas, tanto en tareas como en responsabilidades, con la Prefectura y el Ministerio de Desarrollo Sostenible, las cuales son:



Preservar y conservar, en lo que los corresponda, el medio ambiente y los ecosistemas del municipio, contribuyendo a la ocupación racional del territorio y al aprovechamiento sostenible de los recursos.



Preservar, conservar y contribuir a la protección del medio ambiente y los recursos naturales, fauna silvestre y animales domésticos, ejercer y mantener el equilibrio ecológico y el control de la contaminación en concordancia con las leyes que rigen la materia.

**2 DEFINICIÓN DE ECOSISTEMA.-** Llamamos ecosistema al conjunto de factores bióticos que son los que están conformados por las plantas, animales y microorganismos que habitan una zona determinada y el medio ambiente en que viven con todos los factores abióticos que conforman los suelos, agua, clima, etc.

Por ejemplo un ecosistema es un charco, un bosque, una laguna, un pantano, etc.

**3 CLASIFICACIÓN DE LOS ECOSISTEMAS.-** Los ecosistemas se clasifican de la siguiente manera:

**3.1 ECOSISTEMA CONSTRUIDO.-** Es el que esta formado por construcciones hechas por el hombre como ser: edificios, carreteras, aeropuertos, puertos, represas, minas y otras. Incluye parques urbanos, suburbanos, jardines y campos de recreación.

**3.2 ECOSISTEMA CULTIVADO.-** Es aquel donde el hombre ha invadido por completo, alejando a las especies que habitaban este ecosistema y en el que se cultivan la mayoría de sus suelos. Por ejemplo, tierras agrícolas, pastizales, plantaciones, etc.

**3.3 ECOSISTEMA DEGRADADO.-** Es aquel en el que todas sus especies de flora y fauna han sido reducidas debido a la destrucción y contaminación hecha por el hombre y la naturaleza (terremotos, inundaciones, erupciones volcánicas, etc.) de tal modo que resulta poco probable que pueda recuperarse sino se adoptan medidas de rehabilitación o restauración.

Por ejemplo, un ecosistema acuático destruido se caracteriza por sus aguas contaminadas.

**3.4 4ECOSISTEMA MODIFICADO.-** Es aquel ecosistema donde el hombre ha reducido a las especies que habitaban en el, por ejemplo: el lago Poopó de Oruro.

**3.5 ECOSISTEMA NATURAL.-** Es aquel donde el hombre no ha interrumpido la vida natural de las especies nativas.

Por ejemplo: las cuevas de los guácharos (aves ciegas) en el Parque Nacional Carrasco ubicado en Cochabamba.

**4 ALTERACIONES DE LOS ECOSISTEMAS.-** Las alteraciones o cambios en los ecosistemas se producen debido al abuso excesivo del hombre con los recursos de estos, por ejemplo:

**4.1 LA ATMÓSFERA.-** Se contamina debido a las emanaciones de humo de las industrias, los vehículos, la quema de bosques y pastizales; que provocan la destrucción

de la capa de ozono, esta capa es la que no permite pasar los rayos ultravioletas que generan los rayos del sol, entonces por los efectos anteriormente mencionados esta capa se va haciendo cada vez menos resistente a los rayos ultravioletas lo cual esta provocando cáncer en la piel, problemas en la vista, debido a que se aspira el humo llamado también smoke se está afectando el sistema respiratorio y al sistema nervioso así también afecta a la flora y fauna que son muy sensibles a este problema.

**4.2 EL AGUA.-** La contaminación del agua es ocasionada por botar desechos tóxicos que ocasionan las aguas negras, las cuales se forman por agentes infecciosos, compuestos químicos orgánicos, minerales, petróleo, detergentes, plaguicidas, nitratos, plomo, mercurio, sedimentos, sustancias radioactivas, escurrimiento de pesticidas y fertilizantes, químicos utilizados en la elaboración de cocaína, lo que mata a la flora y fauna. Estas aguas contaminadas producen muchas enfermedades como ser: diarreas, cólera, tifoidea, hepatitis, etc.

**4.3 EL SUELO.-** En Bolivia la mayoría de los suelos son frágiles debido al chaqueo excesivo, los monocultivos, el sobre pastoreo, la deforestación y el uso indiscriminado de plaguicidas, herbicidas y la gran cantidad de basura acumulada ocasionando que los suelos pierdan su fertilidad natural, para luego convertirse en suelos estériles donde ya no puede producir nada.

**4.4 LA FLORA.-** Es todo lo relacionado con la vegetación, es decir, todas las plantas y árboles que existen en un ecosistema, el peor destructor de la flora es el fuego ocasionado por incendios provocados por el hombre o por la naturaleza y la tala indiscriminada de árboles utilizados en la industria maderera; todo lo mencionado anteriormente ocasiona serios problemas de salificación, devastación y desertificación de los ecosistemas.

**4.5 LA FAUNA.-** Es todo lo relacionado con los animales, ya que el enemigo principal de ellos es el hombre, porque no tiene medida en cazar y pescar a los animales, los cuales son vendidos en los mercados y hasta exportados a otros países ya sean vivos o muertos o en algunos casos solo exportan lo que pide el consumidor como ser las pieles de los caimanes, felinos, etc. Las aves por lo general las venden vivas como ser parabas, alondras, loros, etc. Ocasionalmente así la extinción de especies únicas así por



ejemplo; la chinchilla, los guanacos, etc. Los animales que se encuentran en proceso de extinción son el quirquincho, los flamencos, el ñandú, el cóndor, el águila, la vicuña y otros.

**4.6 EL RUIDO.-** Es otro de los factores que contamina el medio ambiente debido a que ciertos ecosistemas son demasiado frágiles o delicados en su formación y el ruido desmedido provocado por el hombre hace que muchas de las especies huyan o se alejen a otros ecosistemas.








Por otro lado el ruido desmedido ocasiona en los seres humanos diversos grados de sordera, aumento de la presión arterial, taquicardias, alteraciones del sistema nervioso como mal humor y estrés, etc.

## **5 PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE**

Para proteger y conservar el medio ambiente tenemos todos que ser conscientes de cuidar todo lo que nos rodea y no ser imprudentes al realizar todo lo anteriormente mencionado.

Para ello la municipalidad debe ser la primera defensora del medio ambiente, tomando medidas oportunas de control para evitar efectos indeseables del Turismo.

Entre estas medidas podemos destacar:


-  Defender el objetivo de proteger el medio ambiente.
-  Planificar el turismo.
-  Definir y reglamentar áreas destinadas al desarrollo turístico en los planes municipales de uso del suelo.
-  Colaborar y coordinar con la administración pública, el sector privado y otras instituciones.
-  Hacer participar a la población local en la protección del medio ambiente, mediante talleres de sensibilización donde se les enseñe por ejemplo a no votar la basura en cualquier lugar, enseñarles a usar los basureros, etc.
-  Impulsar programas educativos de educación ambiental.
-  Regular el diseño y construcción de obras para garantizar la armonía con las tradiciones locales y el entorno natural.

 Evaluar los efectos ambientales y culturales del turismo.


 Penalizar a los infractores de normas y reglamentos del medio ambiente.


 Poner límites al crecimiento descontrolado para no afectar a los ecosistemas.

El sector empresarial privado también debe asumir la protección del medio ambiente, para ello tendrá que:

 Eliminar adecuadamente los residuos, mediante el reciclaje de basura y tratamiento de aguas negras.

 Usar energías alternativas no contaminantes.


 Proteger los ecosistemas, comprometiéndose a respetar los espacios protegidos y destinar fondos para su conservación.


 Evitar localizar sus proyectos en zonas frágiles o de alto riesgo, cerca de ríos, lagos, volcanes, etc.

 Promocionar y practicar un turismo verde de bajo impacto ambiental.


 Realizar una gestión positiva desde el punto de vista ambiental y social.


La comunidad debe ser la principal defensora del medio ambiente para lo cual debe:


 Cuidar su entorno natural.

 Proteger el patrimonio municipal, sus recursos ambientales, culturales e históricos como ser las ruinas arqueológicas por ejemplo: evitar pisar las ruinas, no pintarlas, no rayarlas, no dejar basura, etc.





Los turistas también juegan un papel importante en el cuidado del medio ambiente, para ello deben:

 Acudir a empresas serias y comprometidas con un turismo respetuoso con el medio ambiente.

 Colaborar con la conservación de la naturaleza, dejando solo la huella de sus pies y tomando solo fotografías.

 Evitar adquirir productos o utilizar servicios, que afecten al medio ambiente, flora, fauna, o perjudiquen a las personas o al patrimonio.

Las organizaciones no gubernamentales como son las ONGs deben estar dispuestas a trabajar por la protección del medio ambiente, para ello deben:


-  Asesorar a los gobiernos locales y nacionales sobre la forma de proteger el medio ambiente.
-  Gestionar fondos especiales para la conservación del medio ambiente.
-  Vigilar los impactos del turismo en el medio ambiente.
-  Proponer medidas correctoras para los problemas de degradación ambiental y social.


## 6 RECICLAJE

Reciclaje o reciclar es utilizar técnicas que ayudan a recuperar los desechos de la basura, para reintroducirlos en el ciclo de producción del que provienen.

**6.1 RECICLAJE DE BASURA.-** Para un mejor entendimiento, a continuación daremos algunos ejemplos de reciclaje:

Primeramente la basura debe ser separada en orgánica e inorgánica, para luego proceder al reciclaje.

 **Basura orgánica;** es aquella que puede ser asimilada o puede fácilmente desintegrarse con el paso del tiempo sin causar daños secundarios al suelo, entre las que podemos mencionar son: las cáscaras de las frutas, tubérculos, papas, hortalizas, legumbres como arvejas, habas, etc. Este tipo de basura se puede convertir en abono natural, el mismo que serviría para abonar los suelos donde se practica la siembra de productos agrícolas, los cuales tienen mejor calidad para ser consumidos, porque son más saludables y mejor asimilados por nuestro organismo. También esta basura puede servir de alimento a los animales domésticos como los conejos, ovejas, cerdos, etc. Los mismos que al eliminar sus heces fecales ayudan a abonar la tierra.

 **Basura inorgánica;** es aquella que no puede ser asimilada ni fácilmente desintegrada ya que la mayoría de estos desechos son de estructura sólida como ser las botellas de plástico, vidrios, latas, papeles, hierros, etc. Este tipo de basura tiene que ser previamente bien seleccionada para que posteriormente sea reciclada, por ejemplo, en el caso de los papeles, estos se pueden almacenar en depósitos bien desinfectados para que no se críen los roedores o ratones y

posteriormente se pueda vender a fábricas de papel higiénico, etc. Los plásticos como las botellas, bolsas de nylon son las que más contaminan el medio ambiente ya que no se desintegran; entonces lo que debemos hacer, en el caso de las botellas de plástico, es que las fábricas especialmente de refrescos no produzcan botellas desechables, sino que éstas sean retornables para que así no veamos botellas por todo lado; también podemos hacer algunos objetos como ser: centros de mesa, canastillas, etc. Y dependiendo de la creatividad de cada persona. Con las bolsas de nylon lo que se puede hacer es no utilizarlas de manera desmedida, sino tener un poco de sensibilidad hacia el medio ambiente, porque éstas ya no pueden ser reutilizadas debido a que se rompen con mucha facilidad. Los vidrios pueden ser reutilizados en la fabricación de vasos, jarras, floreros y otros objetos, entonces se debe reunir todos los vidrios en un lugar seguro para que posteriormente sean vendidos a las fabricas que requieran de este tipo de basura. En cuanto a los hierros y latas pueden ser reutilizadas por las fábricas que así lo requieran o por nosotros porque nos pueden servir para guardar algunas cosas como granos (quinua, cebada, etc.).

Para concluir podemos decir que para hacer más agradable y sano el medio ambiente además de que sea apto para la vida de hoy y mañana todos debemos cooperar botando o enterrando la basura en lugares apropiados para evitar los peligros de enfermedades producidas por la contaminación del agua, del suelo y del aire. El lugar en que habitamos no es solo nuestra casa sino toda la comunidad y alrededores que deben estar limpios ofreciendo así seguridad para la salud y el esparcimiento tanto de los habitantes locales como de los visitantes.

En las ciudades grandes existen sistemas de recojo de basura lo que normalmente no ocurre en las áreas rurales donde la responsabilidad de la basura recae sobre cada persona y lo mas cómodo es botarla a la calle, a la salida del pueblo, en algún lote baldío, la quebrada o el río. Toda esta basura afecta a las personas y a la comunidad porque:



Contamina el ambiente con olores desagradables y afea el paisaje.



Favorece el desarrollo de pestes como las moscas, ratas, microbios que provocan enfermedades gastrointestinales que atacan al estómago produciendo diarreas, vómitos, fiebres, deshidratación y hasta la muerte, problemas en la piel como las

sarnas, las que en la mayoría de los casos atacan a los niños quienes por no tener elevadas sus defensas en su organismo son los mas propensos a enfermarse y contagiarse de las enfermedades anteriormente mencionadas.



Desprende gases tóxicos que afectan a la salud.



La basura botada en los ríos, vertientes, lagos, etc. afecta la vida que se desarrolla en ellos, perjudica la reproducción de los peces y esta agua envenena a los vegetales regados por la misma, siendo un peligro para el consumo humano.

## MODULO VI

### 1 PRODUCCIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS TURISTICOS

**1.1 MICROEMPRESA.-** La Microempresa o la pequeña empresa es "aquella unidad de producción de bienes y servicios en el que todavía el trabajo no se presenta en forma separada del capital, y la división del trabajo no llega a un grado desarrollado". Esta dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos, con relaciones jurídicas, y cuya dimensión depende de factores endógenos (capital) y exógenos (economías de escala), que realizan actividades económicas gracias a las aportaciones de capital de personas ajenas a la actividad de la empresa, los accionistas. La empresa sigue existiendo aunque las acciones cambien de propietarios o éstos fallezcan. Una microempresa posee una serie de activos; en los que se definirá el objetivo de la misma, cuál es su razón social, su domicilio fiscal, quiénes son los socios fundadores, cuál es el volumen de capital social inicial, en cuántas acciones o participaciones se divide el capital social y cuáles son los estatutos de la sociedad, entre otros.

Según la OIT (Organización Internacional del Trabajo), consideran que una Microempresa es una unidad productiva que posea cuatro trabajadores o menos.

La denominación o clasificación de las MYPE, basada en el número de empleados y complementada con el valor de las ventas y los activos, debe considerarse como importante dado que establece ciertos límites en relación con los rendimientos a escala y la capacidad de comercialización

La presencia de la Microempresa es muy importante en los tejidos industriales, artesanía, servicios, producción agrícola y otros, por su participación en la generación de empleo, dar valor agregado, posibilidad de mejorar las condiciones de vida y que tienden a evolucionar hacia empresas mayores.

**1.2 FORMACIÓN DE MICROEMPRESA.-** Para formar una microempresa lo fundamental es que la gente participe y este dispuesta a trabajar en grupo con la

finalidad de mejorar su calidad de vida aprovechando la visita de los turistas que vienen a conocer los atractivos turísticos existentes en el lugar.

En el caso específico del municipio de Tiwanaku dentro del área del turismo se pueden formar microempresas de artesanía típica del lugar, restaurantes, hospedaje, guías locales, recojo y reciclaje de basura, etc.

**2 PRODUCCION.-** Es la acción de producir algo, también se podría decir que es la actividad mediante la cual determinados bienes se transforman en otros de mayor utilidad.

En este caso la producción juega un papel muy importante dentro de las microempresas, las cuales para producir diferentes productos y servicios lo primero y fundamental que deben hacer es capacitar a los miembros que forman estas microempresas, con cursos o talleres relacionados al tipo de producción que vayan a desarrollar al interior de las mismas. Esta capacitación debe realizarse de manera permanente si se quiere obtener productos con calidad para que estos satisfagan las necesidades que busca el cliente, en este caso el turista.

La producción debe estar basada en la utilización de materia prima, preferentemente del lugar para que el desarrollo produzca el denominado efecto multiplicador, donde todos los sectores se beneficien de manera directa o indirectamente.

**3 MERCADEO.-** Al constituirse el turismo en un producto rígido por sus características de inmovilidad resulta difícil su comercialización, ya que el producto no puede ser transportado para ser expuesto y vendido directamente al consumidor. Esto hace que sea un poco dificultoso el poder vender un producto turístico y convencer a los turistas potenciales para que compren o visiten un equis atractivo turístico.

Es por este motivo que el mercadeo empezó a utilizarse en el turismo a partir de los años 50 del presente siglo, para esto se tuvo que hacer un mercadeo turístico como especialidad, ya que las necesidades de los consumidores eran buscar servicios turísticos.


**3.1 MERCADO TURÍSTICO.-** Está basado en la realidad económica de un mercado donde se juntan la **OFERTA** de productos turísticos y la **DEMANDA** que esta interesada y motivada en consumir los productos turísticos.


**3.1.1 OFERTA.-** Para un mejor entendimiento OFERTA; es el conjunto de bienes y servicios así como recursos (naturales, culturales o históricos) a ser disfrutados en un lugar y tiempo determinado y cuyo objetivo es lograr una experiencia de viaje satisfactoria para el turista.

**3.1.2 DEMANDA.-** Es el conjunto de requerimientos solicitados por el consumidor ya que este tiene distintas necesidades, por ejemplo conocer un sitio de descanso en sus vacaciones.

**4 PROMOCIÓN.-** Es la técnica destinada a aumentar la cantidad de negocios de una empresa mediante la acción propia de la red o canales de distribución.

Para realizar una buena promoción, es necesario primeramente tener toda la información verídica a cerca de los servicios y lugares que puede visitar el turista, es decir, saber acerca de las cualidades y posibilidades de los servicios los cuales vayan a satisfacer las necesidades del cliente para lo cual, lo primero que se debe hacer es seguir algunos pasos como ser:

 Conocer a que mercado, queremos llegar con la promoción a esto se llama hacer segmentación de mercados, que pueden ser por ingresos económicos, edad, sexo, etc.

 Saber el perfil de los turistas a los que queremos llegar, como ser que le gusta comer, vestir, conocer, etc.

De acuerdo a esto sí se puede hacer una buena promoción adecuada a cada tipo de mercado. La promoción tiene diferentes instrumentos como ser: asistir a ferias internacionales importantes workshops, reuniones de trabajo, red virtual (Internet, páginas Web, etc.). Folletería (trípticos, panfletos, bípticos, etc.) material audiovisual (videos, spots publicitarios), organización de encuentros entre empresarios locales y tour operadores en los distintos sitios turísticos, etc.

Para realizar una promoción a nivel de región o de cada municipio como es el caso de Tiwanaku primeramente se debe ofrecer productos turísticos diferentes, para centrar el esfuerzo en darlos a conocer. Ofrecer la mayor información a los turistas en el propio destino, tanto a su llegada al país, como al encontrarse en el municipio. Las oficinas de



información turística son esenciales ya que en ellas se puede dar toda la información que necesita conocer el turista, a través de folletos u otros materiales publicitarios, para lo cual es necesario:

- Coordinar acciones con la administración central, para que la promoción del municipio se enmarque en las prioridades turísticas a nivel nacional.
- Mantener una estrecha colaboración con el sector empresarial, para asegurar la promoción de los productos turísticos.
- Conocer los canales de comercialización a nuestro alcance y mantener una buena relación con ellos, para dar a conocer nuestros productos.
- Conocer a nuestros clientes, sus motivaciones de viaje y sus preferencias, para hacer una promoción efectiva, capaz de influir en sus decisiones de viaje.

**5 RELACIONES PUBLICAS.-** Las relaciones públicas son utilizadas por las organizaciones para establecer comunicación y mantener sanas y productivas relaciones con el público interno, que representan los administradores y empleados; y con el público externo conformado por gente de afuera, o sea por el público en general.

La función de las relaciones públicas en el mercadeo, es producir una imagen favorable, de tal manera que facilite las actividades de comercialización y ventas de la oferta turística del país o destino turístico.

**6 COMERCIALIZACION.-** La comercialización es la relación entre clientes y productores, con el propósito de vender un producto turístico.


### **¿QUÉ ES UN PRODUCTO TURISTICO?**


Producto turístico es el que está constituido por los recursos o atractivos del lugar, los servicios y equipamientos, la accesibilidad que permite llegar a los recursos o atractivos, la imagen del destino y el precio de venta; los cinco aspectos que en la actualidad integran el producto turístico.

La comercialización entonces, persigue convencer al cliente y realizar la venta. Para ello necesita informar y hacer fácil la compra utilizando los canales de comercialización, que también se conocen como canales de distribución.

Sin embargo, en turismo la distribución del producto es diferente, ya que no hace falta llevar el producto hasta el consumidor, el cliente solo recibe información y luego servicios en el lugar elegido, y es él quien se desplaza para hacer uso del servicio comprado.

La forma de vender que realizan los canales de comercialización, pueden ser directas e indirectas:

 Decimos que la comercialización es directa, cuando productor y cliente se ponen en contacto sin intermediarios, y la venta del producto se realiza de forma inmediata.

 La comercialización es indirecta, cuando entre productor turístico y cliente existen intermediarios encargados de hacer la venta del producto, por ejemplo las agencias de viajes.

## MODULO VII

### 1 GESTIÓN TURISTICA MUNICIPAL

#### ¿QUÉ ES GESTIÓN?

Gestión es administrar una actividad para que funcione bien o correctamente. En el caso del Turismo la gestión es la capacidad de hacer que todo funcione y funcione bien, por eso es la clave del éxito en el desarrollo turístico.









Gestionar significa, administrar los medios económicos y técnicos disponibles de manera efectiva, con el fin de lograr el cumplimiento de los objetivos del plan.

En resumen podemos decir que la gestión es la acción que permite unir las piezas del rompe cabezas, es decir, juntar las partes que componen el espacio turístico como ser: lo ambiental, lo social, lo cultural, lo urbano, etc. para que el resultado final sea el reflejo exacto de los objetivos planteados a los que se quiere llegar.

Para que la gestión funcione bien es importante que la municipalidad actúe como líder, comprometiéndose en lograr la obtención de los recursos económicos y la ejecución de las actuaciones, evitando que pese a las dificultades se pierda el horizonte común al que

van dirigidas, para lo cual debe reunir el esfuerzo de todos como ser: empresarios, administración central, población local, etc.








## **2 FUNCIONES QUE DEBE CUMPLIR EL GOBIERNO MUNICIPAL**

-  Planificación del Turismo.
-  Creación de infraestructuras básicas.
-  Protección del patrimonio natural y cultural.
-  Valor de los recursos turísticos.
-  Apoyo y promoción de la actividad turística.
-  Mejorar la calidad de vida de la población.
-  Mejorar la información y la investigación turística.
-  Incrementar y mejorar la seguridad ciudadana.

Para que el gobierno municipal realice una buena gestión debe hacer lo que le corresponde hacer y no tratar de abarcar todo, para esto deberá delegar determinados asuntos en diferentes personas entendidas en distintas áreas del municipio, de este modo resolver con rapidez los problemas evitando la burocracia, para que así los futuros inversionistas no se encuentren con trabas que al final llegan a paralizar proyectos importantes.

## **3 INSTRUMENTOS IMPORTANTES DE LA GESTIÓN**

Para realizar una buena gestión es necesario conocer una serie de instrumentos entre los más importantes tenemos:

-  Seguimiento y control de las etapas de planificación turística y sus resultados.
-  Coordinación entre todos los agentes sociales.
-  Participación popular.
-  Apoyo al sector empresarial.
-  Mantenimiento y actualización de un sistema de información turística.
-  Capacitación de los recursos humanos.
-  Control de la calidad.



El financiamiento.

**3.1 SEGUIMIENTO Y CONTROL.-** Significa vigilar la buena marcha del proceso de planificación, para corregir a tiempo cualquier falla ya sea en las obras públicas, los impactos positivos y negativos del turismo, en la ejecución de proyectos haciendo estudios si son buenos o malos para nuestro municipio o si realmente estos proyectos son necesarios y si ayudarán a mejorar la calidad de vida de los habitantes.

**3.2 COORDINACIÓN ENTRE TODOS LOS AGENTES SOCIALES.-** Es decir, coordinar con el sector público, privado y la comunidad, para llegar a acuerdos sobre el financiamiento y la ejecución de las actuaciones necesarias en el desarrollo turístico municipal.

**3.3 PARTICIPACIÓN POPULAR.-** La participación popular es una parte fundamental en todo el proceso de planificación, y por supuesto, en la gestión del desarrollo turístico. Fomentar la participación de la comunidad, es necesario para la buena marcha del turismo porque de esa manera se puede informar, educar y consultar.

**3.4 APOYO AL SECTOR EMPRESARIAL.-** Es importante respaldar las iniciativas empresariales ya sean pequeñas, medianas o grandes empresas. Porque para nuestro municipio todas son necesarias, ya que cada una aportará su grano de arena para sacar adelante el turismo.

En este caso mejor si las empresas son locales, para que la economía turística sea estable y participativa, en la que la distribución de los beneficios pueda llegar a toda la gente. Así por ejemplo:

Si el turismo hace el mayor uso posible de los bienes y servicios locales, tales como: alimentos, materiales de construcción, agencias de viaje, guías turísticos, etc. Entonces el turismo alcanzará el máximo nivel de empleo local favoreciendo de esta manera a un buen número de desempleados dentro del municipio.

**3.5 MANTENIMIENTO Y ACTUALIZACIÓN DE UN SISTEMA DE ACTUALIZACIÓN TURISTICA.-** En este punto es importante mantener y actualizar la información relacionada al turismo, es decir, tener una buena base de datos, o lo que es igual, un sistema de información turística donde se registren las características, evolución y comportamiento del turismo en nuestro municipio.

**3.6 CAPACITACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS.-** La buena gestión del turismo pasa por contar con gente bien capacitada y formada de acuerdo a las tareas que les toca ejercer.

**3.7 CONTROL DE LA CALIDAD.-** La calidad consiste en hacer las cosas bien y satisfacer al cliente, en este caso al turista.

**3.8 EL FINANCIAMIENTO.-** El financiamiento es un tema clave para la gestión turística, ya que sin dinero poco se puede hacer, por eso es importante pensar en la capacidad de autogestión porque este es un instrumento de financiamiento muy valioso, sobre todo considerando que los ingresos aportados por la administración central son limitados.

## CUESTIONARIO

Lugar y Fecha: .....

Ocupación: .....

---

1 ¿Para usted, qué es Turismo?

.....  
.....  
.....

2 ¿Podría mencionar los cuatro tipos de Turismo?

.....  
.....  
.....  
.....

3 ¿Para usted, quién es el Turista?

.....  
.....  
.....  
.....

4 Dé un ejemplo de beneficios y riesgos del Turismo

.....  
.....  
.....

5 ¿Qué entiende por Turismo Sostenible?

.....  
.....

6 ¿Qué es efecto multiplicador?

.....  
.....  
.....

7 ¿Podría mencionar la clasificación de los recursos o atractivos turísticos?

.....  
.....  
.....  
.....

8 ¿Mencione cuáles son los servicios Turísticos?

.....  
.....  
.....  
.....

9 ¿Qué es calidad de servicios?

.....  
.....  
.....

10 ¿Para usted, qué es cultura?

.....  
.....  
.....

11 ¿Para usted, qué es Medio Ambiente?

.....  
.....

12 ¿Podría mencionar dos ecosistemas?

.....  
.....

13 ¿En qué consiste el reciclaje de basura?

.....  
.....  
.....

14 ¿Qué es producto Turístico?

.....  
.....  
.....  
.....

15 ¿Qué es gestión Turística Municipal?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....



UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
CARRERA DE TURISMO

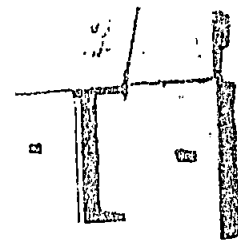
**REGISTRO DE PARTICIPANTES**

FECHA:.....

Nº	NOMBRES Y APELLIDOS	COMUNIDAD	PROVINCIA	GRADO DE INSTRUCCIÓN			FIRMA
				BÁSICO	INTER.	MEDIO. SUP./TEC	
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							



GOBIERNO MUNICIPAL DE  
"TIWANAKU"  
PATRIMONIO CULTURAL DE LA HUMANIDAD  
TERCERA SECCION - PROVINCIA INGAVI  
La Paz - Bolivia



Tiwanaku, 1 de octubre de 2004  
CITE: GMT- 330/04

Señor:  
Lic. Dante Caero Miranda  
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO -- UMSA**  
Presente.-

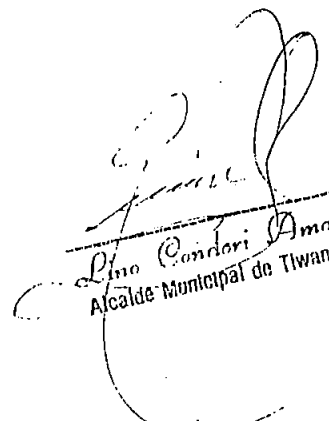
Señor Director:

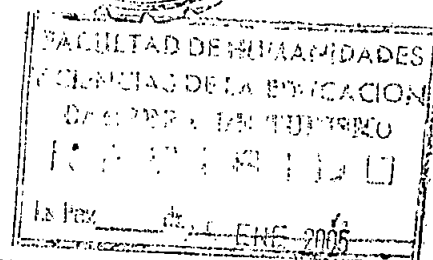
Tengo a bien dirigirme a su autoridad con el fin de expresar nuestros agradecimiento y nuestras felicitaciones a la Carrera de Turismo de la UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS y particularmente a los estudiantes: Santos Silva Huallpa, Maria Arévalo Fernández y Sonia Chambi Callisaya, quienes desarrollaron su Trabajo Dirigido a lo largo de la gestión 2003 y 2004 habiendo cumplido con lo programado.

Asimismo cabe hacer conocer la conformidad del trabajo y la presentación del documento final presentado por el equipo que será de utilidad para este municipio.

Con este motivo le saludo muy cordialmente.

Atentamente,

  
Lino Condori Amaru  
Alcalde Municipal de Tiwanaku



cc. Arch.

H. CONCEJO MUNICIPAL DE  
TIWANAKU

CENTRO ESPIRITUAL Y POLITICO DE LA CULTURA TIWANAKU  
TERCERA SECCION TERCERA SECCION TERCERA SECCION  
La Paz - Bolivia

CANTONES

-TIWANAKU  
Ley 22 de Noviembre  
de 1947  
Créase la Tercera  
Sección de la Prov.  
Ingavi.

-TARACO  
Ley 22 de Noviembre  
de 1947

-HUACULLANI  
Ley 7 de Febrero de  
1985

-PILLAPI  
Ley 15 de Febrero de  
1985

-SANTA ROSA DE  
TARACO  
Ley N° 848 de 29  
de Abril de 1986

EL H. CONCEJO DEL MUNICIPIO DE  
TIWANAKU DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ

CERTIFICA:

Qué, las señoritas **Maria Elder Arévalo Fernández, Sonia Luisa Chambi Callisaya** y el señor **Santos Silva Huallpa**, pertenecientes a la Carrera de Turismo de la universidad Mayor de San Andrés, trabajaron en un curso de capacitación y sensibilización turística en el Municipio de Tiwanaku, proyecto que comenzó el año 2003 y se concluyo en el mes de septiembre del 2004, esta actividad fue realizada con estudiantes de nivel secundario, artesanos, guías locales, vigilantes de las ruinas, hoteleros y dueños de alojamientos de este Municipio. Demostrando la facilitadores responsabilidad, puntualidad e iniciativas en el desarrollo del curso taller.

Es cuanto certificamos en honor a la verdad, para los fines consiguientes que en derecho pueda hacer valer los interesados.



Tiwanaku, septiembre de 2004

*Jorge Quispe Yujra*  
Dr. Jorge Quispe Yujra  
PRE. DEL CONCEJO MUNICIPAL DE  
TIWANAKU

*Marcelino Cruz Huanca*  
Marcelino Cruz Huanca  
H. CONCEJAL - COMISION DE  
DESARROLLO HUMANO  
TIWANAKU

La Paz, 31 de agosto de 2004

Señor:

Gualberto Soria  
**PRESIDENTE JUNTA DE VECINOS  
TIWANAKU**  
Presente.-

Distinguido Señor:

Por intermedio de la presente nos es grato saludarlo a Ud., deseándole éxitos en sus funciones.

El motivo de la presente tiene la finalidad de hacerle conocer sobre la Capacitación y Sensibilización turística que se está realizando en el Municipio de Tiwanaku, en coordinación con la Alcaldía del Municipio.

Somos egresados de la Carrera de Turismo de la Universidad Mayor de San Andrés, y estamos realizando Seminarios-taller sobre temas relacionados al Turismo, para tal motivo solicitamos que a través de su persona, podamos convocar a sectores de Hoteleros y Alojamientos (Hospedaje), Pensiones y Restaurantes (Alimentación), en ambos casos dueños y empleados, para los talleres.

Fechas a realizarse el martes 31 de agosto al 1 de septiembre del presente en horarios de 15:00 a 19:00 p.m, en los predios de la Ex Alcaldía del Municipio de Tiwanaku.

Sin otro particular, nos despedimos haciéndole llegar los saludos más distinguidos de nuestra mayor estima.

Atentamente:



Univ. María E. Arévalo F.



Univ. Sonia L. Chambi C,

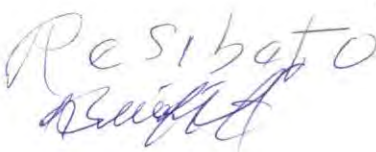
Univ. Santos R. Silva H.



Lic. Ricardo Cortez Nina  
**DIRECTOR DE TURISMO**  
Gobierno Municipal de Tiwanaku

Capacitación y Sensibilización Turística

Ref. Cei. 71518844-71941859

Resibato  




MANUAL DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA EN  
EL MUNICIPIO DE TIWANAKU



LA PAZ - BOLIVIA  
2004



## **INDICE**

- TEMA I** *Turismo*
- TEMA II** *Atractivos Turísticos*
- TEMA III** *Servicios Turísticos*
- TEMA IV** *Cultura*
- TEMA V** *Medio Ambiente*
- TEMA VI** *Producción, Promoción y Comercialización*
- TEMA VII** *Gestión Turística Municipal*

## **PRESENTACIÓN**

*La Capacitación dentro del qué hacer turístico, es muy importante porque de esta manera se puede llegar a tener Recursos Humanos capacitados que puedan involucrarse y desarrollar de manera positiva la actividad turística en el Municipio.*

*Por esta razón nosotros, como estudiantes de la carrera de Turismo de la Universidad Mayor de San Andrés, bajo la modalidad de graduación a nivel de licenciatura, consideramos necesario capacitar y sensibilizar a las personas que en la actualidad ofrecen servicios turísticos o a aquellas que deseen incorporarse en esta actividad, para que posteriormente puedan brindar servicios de calidad que satisfagan las necesidades de los turistas y, por otro lado, puedan obtener mayores beneficios.*



### **FAMILIA DE TIWANAKU...**

Esta familia esta compuesta por: el papá (don René), la mamá (doña Marcelina), el hijo (Pedrito) y la hija (Margarita). Ellos viven en el municipio de Tiwanaku, donde se encuentran las ruinas arqueológicas de incalculable valor cultural e histórico.



Un día atraído por el encanto del lugar y el deseo de conocer otras culturas y personas llegó al pueblo un personaje algo extraño, quién despertó la curiosidad de los pobladores.



### **DEFINICIÓN DEL TURISMO**

*Turismo podría definirse como el movimiento temporal de personas hacia destinos fuera de su lugar habitual de residencia, las actividades que se realizan durante el viaje, los servicios que reciben basándose en un precio y los equipamientos creados para dar respuestas a sus necesidades.*

### **¿QUIÉN ES EL TURISTA?**

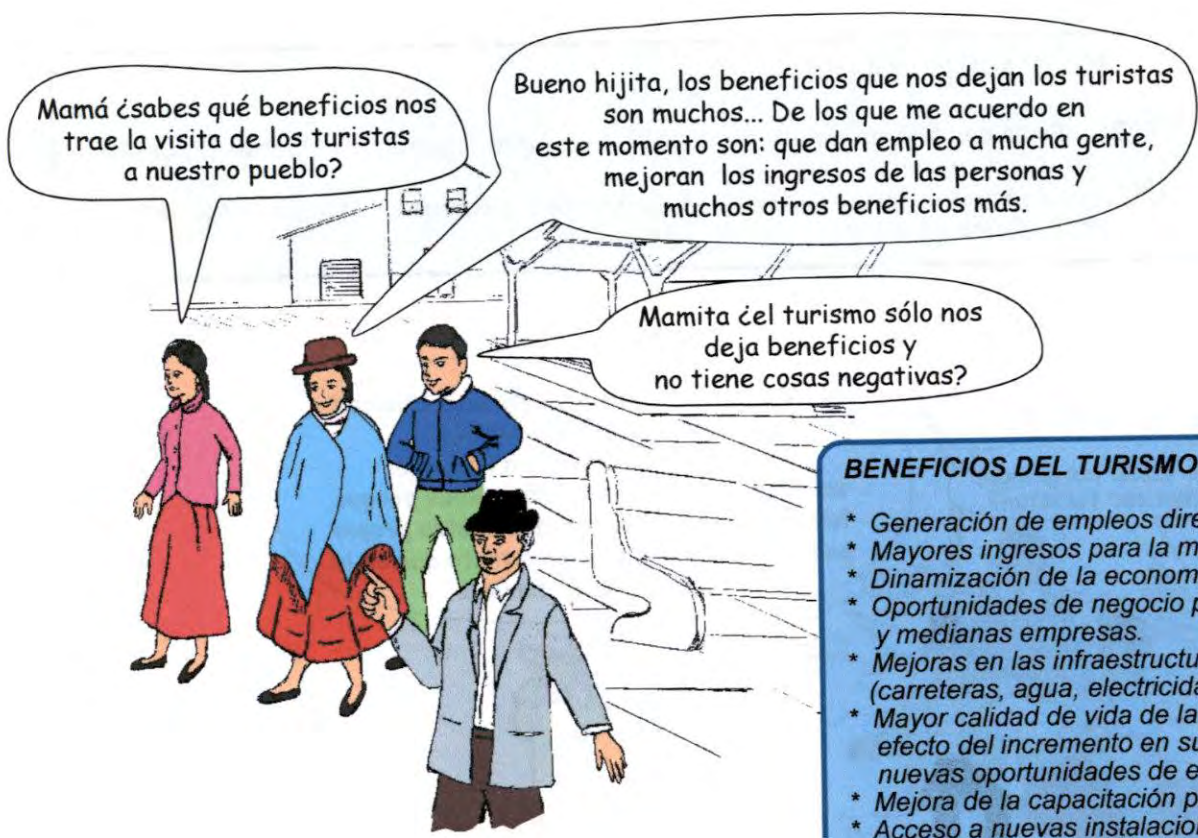
*Es la persona que ingresa a un territorio distinto al de su lugar de origen por un lapso de tiempo de 24 horas mínimo y 6 meses máximo, con el propósito de conocer el patrimonio turístico de una región, por recreación, deporte, salud, estudio, religión, misiones, reuniones, etc. Y lo más importante para él es llevarse una agradable experiencia del lugar visitado.*

## **TURISTAS EXTRANJEROS Y NACIONALES**

**TURISTAS EXTRANJEROS.-** Se llaman turistas extranjeros a los visitantes que llegan de otros países al nuestro con la finalidad de conocer los atractivos turísticos.

**TURISTAS NACIONALES.-** Son las personas que habitan en nuestro país y visitan los lugares turísticos que tiene Bolivia, por ejemplo: Tiwanaku, Copacabana, etc.





Mamá ¿sabes qué beneficios nos trae la visita de los turistas a nuestro pueblo?

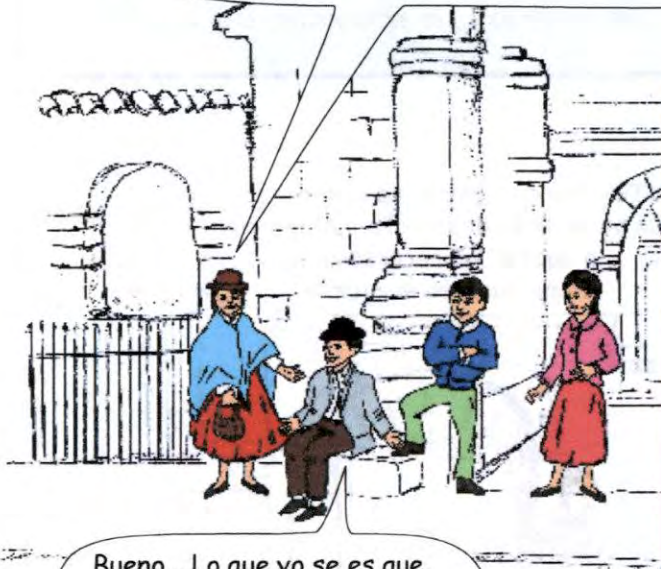
Bueno hijita, los beneficios que nos dejan los turistas son muchos... De los que me acuerdo en este momento son: que dan empleo a mucha gente, mejoran los ingresos de las personas y muchos otros beneficios más.

Mamita ¿el turismo sólo nos deja beneficios y no tiene cosas negativas?

**BENEFICIOS DEL TURISMO:**

- \* Generación de empleos directos e indirectos.
- \* Mayores ingresos para la municipalidad.
- \* Dinamización de la economía.
- \* Oportunidades de negocio para las pequeñas y medianas empresas.
- \* Mejoras en las infraestructuras básicas (carreteras, agua, electricidad, etc.).
- \* Mayor calidad de vida de la población por efecto del incremento en sus ingresos y por las nuevas oportunidades de empleo.
- \* Mejora de la capacitación profesional.
- \* Acceso a nuevas instalaciones culturales y recreativas.
- \* Conciencia sobre la necesidad de conservar y preservar el patrimonio natural y cultural.
- \* Reforzamiento del orgullo nacional y la identidad cultural.
- \* Fomenta los vínculos interinstitucionales (en el ámbito nacional, regional y local así como entre el sector público y privado).

Claro que si hijito, como todo en la vida... Tiene cosas buenas y malas; por eso debemos conocer más, acerca del turismo para no proceder mal. Entre lo negativo del turismo esta por ejemplo, no participar en la actividad turística porque podemos quedar marginados y no enterarnos de lo bueno y lo malo que puede traernos esta actividad. Tu papá que nos explique como podemos sacarle el máximo provecho a esta actividad.



Bueno... Lo que yo se es que, ultimamente, se está hablando mucho de turismo sostenible.

### **RIESGOS DEL TURISMO**

- \* Escasa participación de la población local, que puede provocar su marginación económica y social.
- \* Desarrollos turísticos tipo isla, sin vínculos con el entorno urbano y social y por lo tanto poco propenso a la redistribución de la riqueza hacia la comunidad.
- \* Riesgos de manifestación y de un excesivo abaratamiento del destino, con graves efectos sobre el entorno y pocos beneficios económicos.
- \* Contaminación atmosférica, acústica, acuática o visual.
- \* Degradación de los recursos naturales y agotamiento de las reservas ambientales que constituyen la riqueza del lugar.
- \* Daños irreversibles al patrimonio cultural tanto histórico o monumental, como en las tradiciones.
- \* Conflictos entre actividades por el uso del suelo (industria, agricultura, ganadería), respecto al turismo o las reservas naturales y parques nacionales.
- \* Propagación de problemas sociales; prostitución, narcotráfico o alcoholismo.
- \* Pérdida de la identidad cultural.

## TURISMO SOSTENIBLE

Se define como un proceso que permite el desarrollo sin destruir o agotar los recursos que posibilitan éste. La sostenibilidad en el turismo es definida como ecoturismo, turismo verde o turismo responsable; de cualquier forma, es un medio para conocer que la tierra posee recursos limitados y que el Turismo, como otros sectores, tiene límites para el desarrollo, sobre todo en lugares específicos como los parques nacionales o sitios arqueológicos. Este objetivo de conservación se logra administrando de forma prudente los recursos turísticos, de manera que se puedan ir renovando en la medida en que van siendo utilizados de esta forma se mantienen para las generaciones presentes y futuras. Es muy importante dejar claro que el turismo sostenible no es una elección o alternativa, es simplemente una prioridad, **la única vía de desarrollo posible.**



Mira Pedrito lo que yo se de ésto es que todos nos beneficiamos con la actividad turística, es como una cadena grande que tiene muchos eslabones que se van juntando, por ejemplo, cuando llega el turista aquí compra sus entradas para visitar las ruinas y los museos y esa platita sirve para mejorar las calles, carreteras, etc.



Ya, ahora vámonos a la casa porque tengo que ir a seguir leyendo el libro de turismo que me he prestado.

**EFFECTO MULTIPLICADOR DEL TURISMO.** - Es el proceso que sigue el dinero que gastan los turistas cuando viajan:

1. Provoca una reacción en cadena, desde el momento en que una o más personas viajan a un destino turístico.
2. La persona toma contacto con una agencia de viajes y contrata su medio de desplazamiento (avión, autobus, tren, etc.) así como alojamiento.

3. Esta acción en conjunto pone en marcha los servicios turísticos.

4. Mientras mayor sea la prestación de los servicios turísticos mayores serán los beneficios que queden en el municipio.

5. Gastos necesarios del turista:

\* Hospedaje (hotel o alojamiento).

\* Transporte local.

\* Alimentación (comidas, bebidas y refrigerios).

\* Compras de artesanía típica del lugar.

\* Pagar las boletas de ingreso a los sitios de interés turístico.

\* Contratar los servicios de un guía.

\* Espectáculos culturales y entretenimientos (conciertos, fiestas tradicionales, etc.).

6. Paralelamente las empresas vinculadas a estos gastos y encargadas de satisfacer tales necesidades o demandas de consumo, necesitan a su vez proveedores que les suministren:

\* Los alimentos y bebidas.

\* Los objetos de artesanía.

\* Las bicicletas de paseo y otros productos de consumo variado.

7. Se requiere de relaciones humanas para la realización de trabajo como: la atención al cliente, el servicio de limpieza, la preparación de alimentos, servicios de información, etc.

8. Estas personas incorporadas al mercado de trabajo que genera la actividad turística, obtendrán un salario para satisfacer sus propias necesidades, fortaleciendo así la economía local.

9. Los empresarios por su parte, en la medida en que prospere su negocio, favorecerá a la creación de nuevos empleos.

10. En consecuencia, el gasto turístico se convierte en el círculo de intereses y beneficios encadenados, generando un gran movimiento económico.

Una vez en casa don René comienza a leer acerca de los conceptos asociados al turismo Sostenible...

### **CONCEPTOS ASOCIADOS AL TURISMO SOSTENIBLE**

*Para impulsar un desarrollo turístico basado en los principios de sostenibilidad, es decir, de permanencia y estabilidad a lo largo del tiempo, necesitamos conocer los conceptos que ayudan a su aplicación real como ser:*

- \* La capacidad de carga turística.*
- \* La calidad turística.*
- \* Los impactos esperados o generados.*



### **CAPACIDAD DE CARGA DE UN ESPACIO TURISTICO.**

*Se define como el límite de uso de un lugar de interés turístico. El punto hasta donde es posible controlar los efectos negativos producidos por la presión de visitantes; consiste en saber que cantidad de turistas puede acoger un lugar turístico para que no se vea masificado y pierda su atractivo. Por ejemplo: un lago lleno de embarcaciones de paseo o deportivas, no es un paisaje bello y paradisíaco; o unas ruinas precolombinas llenas de visitantes pierden su encanto e interés, impidiendo apreciar su verdadero valor.*



### **IMPACTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL TURISMO**

Toda Actividad turística trae consigo efectos sobre el medio ambiente y la sociedad en la que se implanta. Tales efectos se denominan impactos y pueden ser de muchos tipos, aunque normalmente se presta una especial atención a los ambientales y a los socio-económicos. Los impactos turísticos pueden ser positivos cuando generan una influencia beneficiosa para la comunidad o el medio físico y pueden ser negativos, cuando dejan una huella que daña o perjudica las características originales del lugar o la cultura propia.



#### **IMPACTOS POSITIVOS**

\* Un impacto positivo, desde el punto de vista ambiental, puede ser la reforestación de un bosque o la limpieza de un río contaminado para adecuarlos a fines turísticos.

\* Otro impacto positivo, desde el punto de vista socio-económico, es la generación de puestos de trabajo, que incrementan los ingresos del municipio y a su vez mejoran la calidad de vida de la población.

#### **IMPACTOS NEGATIVOS**

\* Un impacto negativo para el ambiente, es el agotamiento de los recursos que provoca una actividad turística descontrolada. Por ejemplo la flora y fauna alterada de un lago por efecto de las embarcaciones de motor ; o una reserva natural atravesada por una carretera de gran circulación.

\* Un impacto social negativo, puede ser el desequilibrio económico entre turistas y población local, cuando existen condiciones de marginalidad que generan un abismo entre ellos. En este caso, es fácil caer en problemas de prostitución o delincuencia.

**AL DÍA SIGUIENTE...**

Antes de entrar al colegio, un grupo de jóvenes hablan alegremente en la esquina de la plaza. Todos ellos son compañeros de curso y están en último año de colegio, y por esa razón ahora, están pensando que van a estudiar después de terminar las clases, ellos son: Pedrito, Gabriela, José y Margarita.



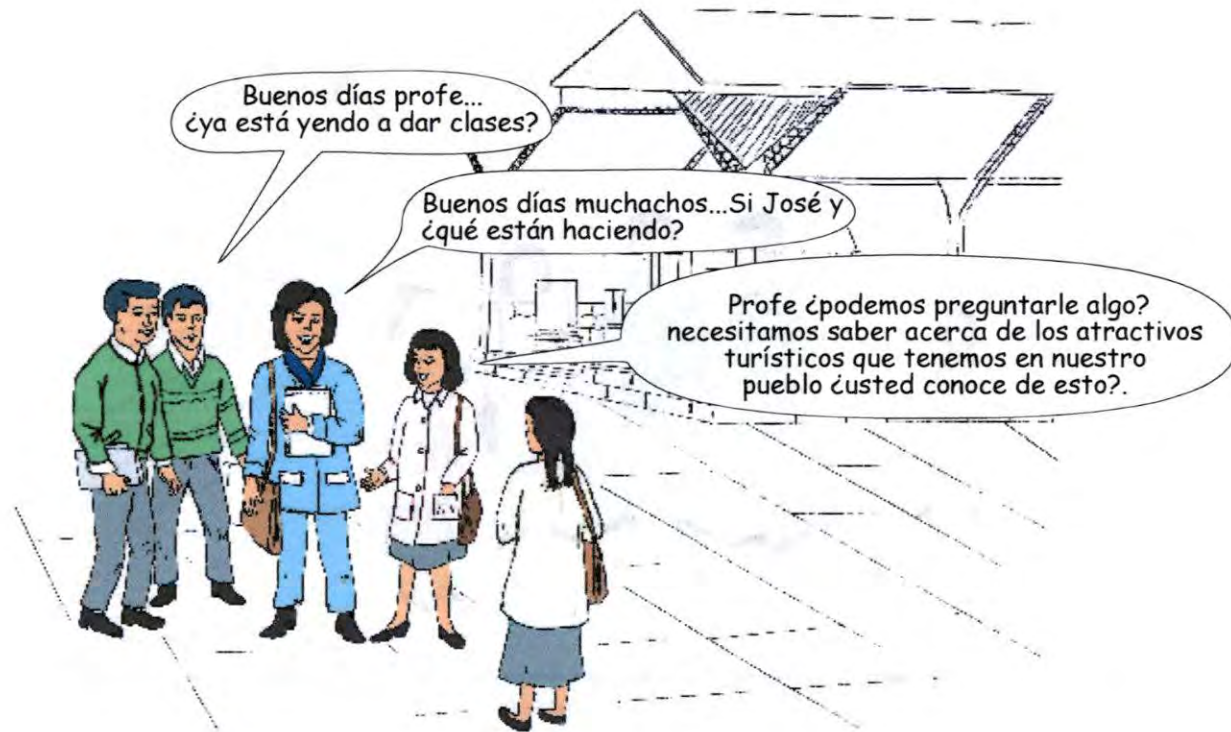


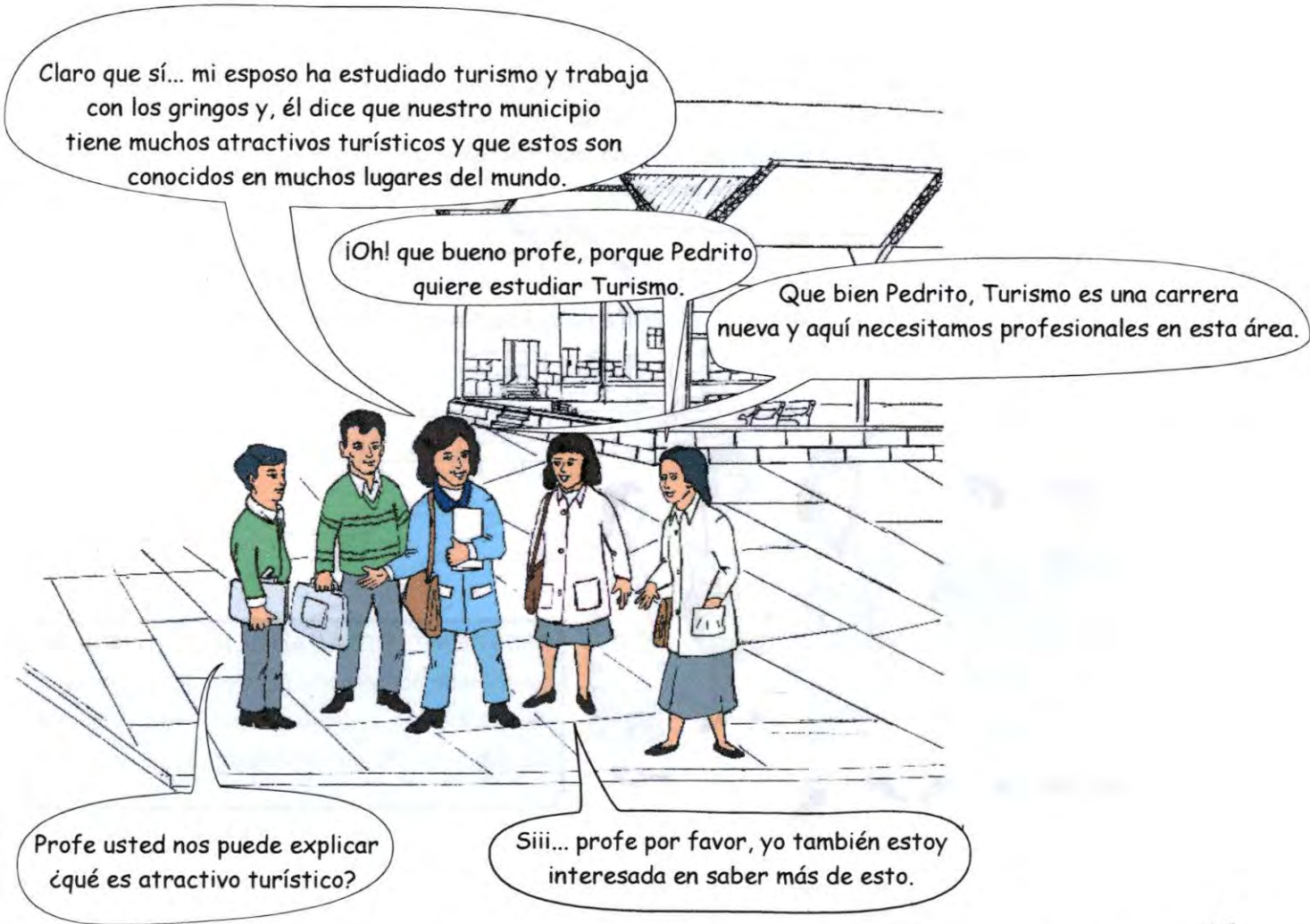
**Atractivo Turístico.-** Es todo lugar que por sus características naturales, culturales é historicas de interés turístico motivan al turista a que visite y conozca dichos lugares.

Los atractivos turísticos pueden ser de carácter renovable y no renovable.

Ejemplo de **atractivos renovables**: un lago en proceso de contaminación puede ser limpiado, un bosque talado puede ser arborizado.

Ejemplo de **atractivos no renovables**: la extinción de aves, animales y peces debido a la caza y pesca excesiva que realiza el hombre.





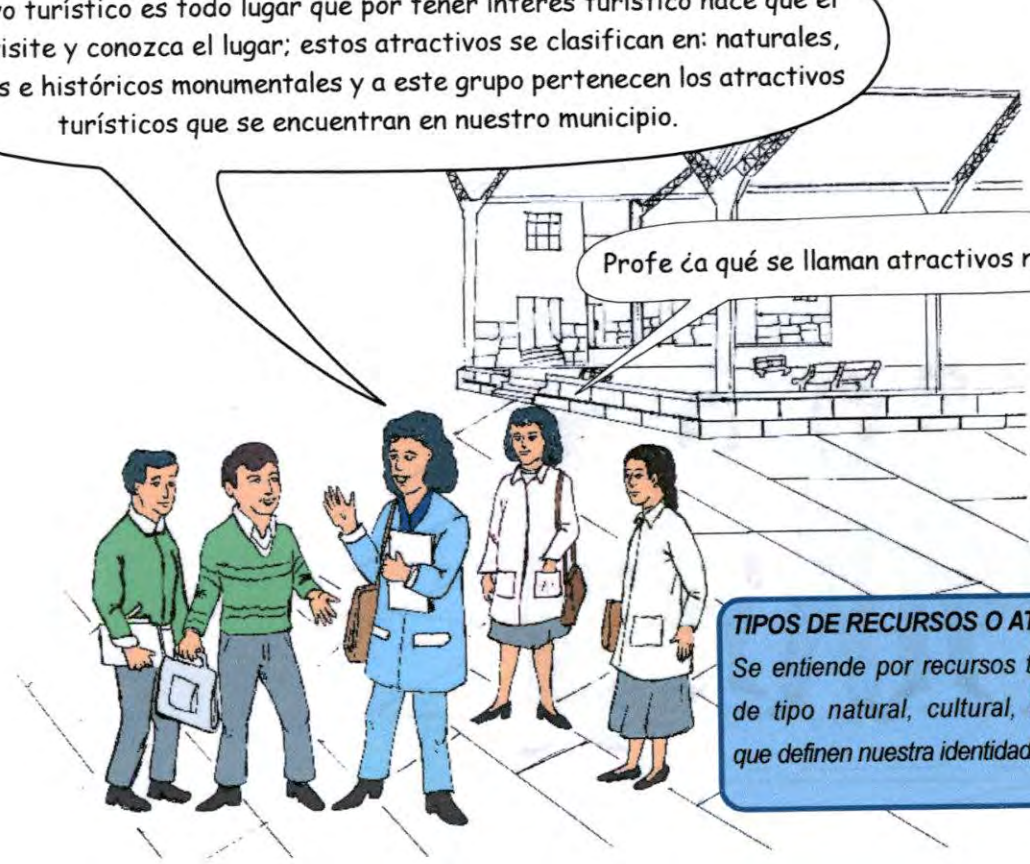
Claro que sí... mi esposo ha estudiado turismo y trabaja con los gringos y, él dice que nuestro municipio tiene muchos atractivos turísticos y que estos son conocidos en muchos lugares del mundo.

¡Oh! que bueno profe, porque Pedrito quiere estudiar Turismo.

Que bien Pedrito, Turismo es una carrera nueva y aquí necesitamos profesionales en esta área.

Profe usted nos puede explicar ¿qué es atractivo turístico?

Siii... profe por favor, yo también estoy interesada en saber más de esto.



Bueno chicos, según mi esposo me contó atractivo turístico es todo lugar que por tener interés turístico hace que el turista visite y conozca el lugar; estos atractivos se clasifican en: naturales, culturales e históricos monumentales y a este grupo pertenecen los atractivos turísticos que se encuentran en nuestro municipio.

Profe ¿a qué se llaman atractivos naturales?

#### **TIPOS DE RECURSOS O ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

Se entiende por recursos turísticos a los atractivos de tipo natural, cultural, histórico o monumental que definen nuestra identidad como país.

Bueno muchachos... Se llaman atractivos naturales a las montañas, paisajes, ríos, lagos, etc. Atractivos culturales son la herencia de un pueblo es decir, sus tradiciones y costumbres típicas y los atractivos históricos monumentales son: las construcciones de valor artístico e histórico. Ahora quiero que ustedes me den un ejemplo de cada tipo de atractivo.



Haberrr... el lago Titicaca es un atractivo natural.

**RECURSOS O ATRACTIVOS NATURALES.-** Son los que están referidos a las condiciones ambientales y físicas de un lugar como: montañas, lagos, ríos, cuevas, fauna, flora, clima, etc.  
Ejemplo: Lago Titicaca, El Illimani, El Sajama, El Illampu, El Parque Nacional Madidi, etc.

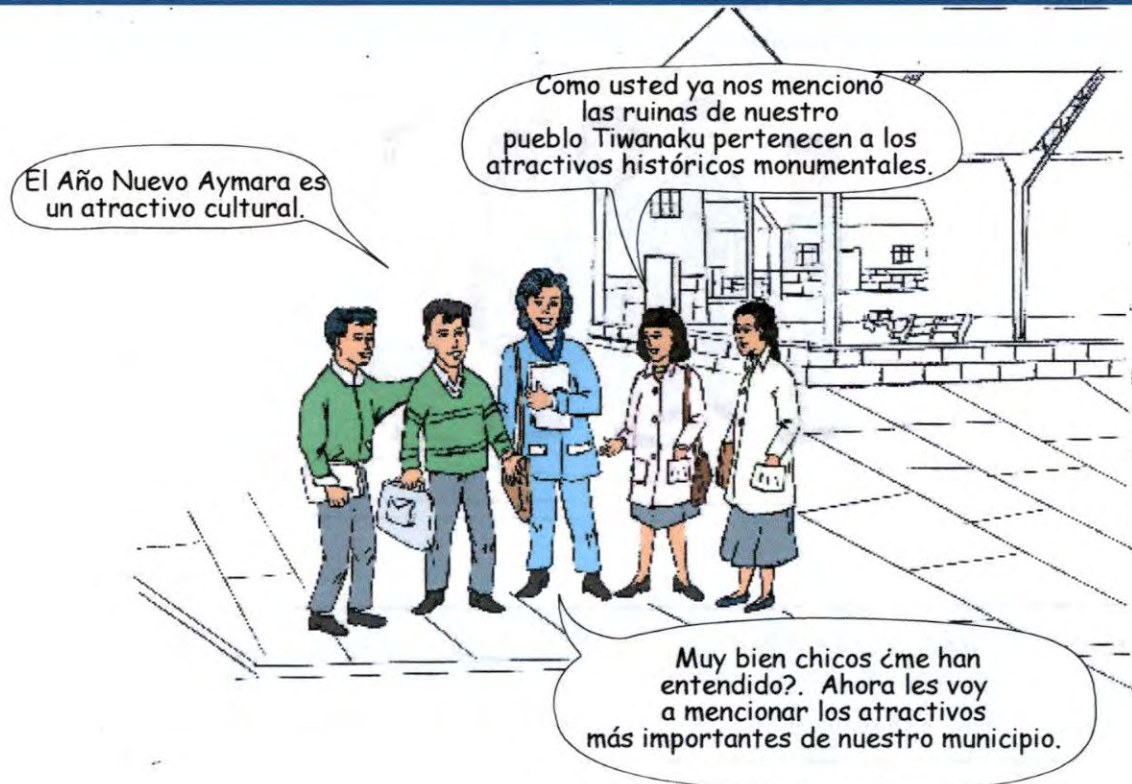
**RECURSOS O ATRACTIVOS CULTURALES.-** Son la herencia de un pueblo, sus tradiciones y costumbres típicas, como por ejemplo: la artesanía, la gastronomía, el folklore, y diferentes manifestaciones artísticas como la pintura, la música o la literatura.

Ejemplo: en folklore tenemos la majestuosa entrada del Carnaval de Oruro.

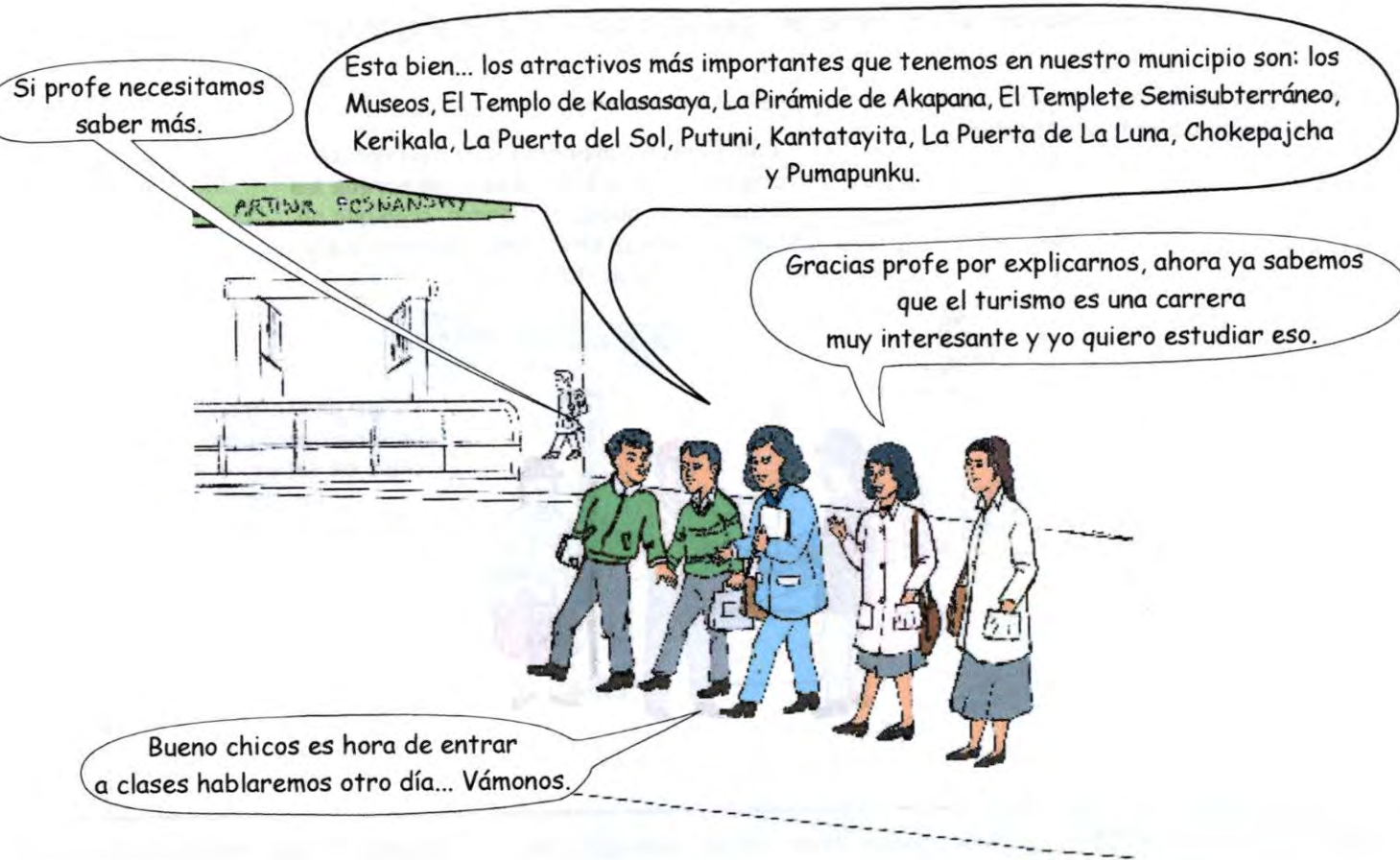
Ejemplo: en tradiciones y costumbres el Año Nuevo Aymara, la fiesta de Todos los Santos, etc.

**RECURSOS O ATRACTIVOS HISTÓRICOS Y MONUMENTALES.-** Son las construcciones de valor artístico e histórico, y también las huellas de la memoria de los pueblos. Por ejemplo; ciudades, edificios, arquitectura local, arqueología, sitios o rutas con un significado especial (religioso, simbólico, histórico).

Ejemplo en arqueología: Tiwanaku, las ruinas de Pilkocaina en Copacabana, Samaipata en Santa Cruz, etc.







Si profe necesitamos saber más.

Esta bien... los atractivos más importantes que tenemos en nuestro municipio son: los Museos, El Templo de Kalasasaya, La Pirámide de Akapana, El Templete Semisubterráneo, Kerikala, La Puerta del Sol, Putuni, Kantatayita, La Puerta de La Luna, Chokepajcha y Pumapunku.

Gracias profe por explicarnos, ahora ya sabemos que el turismo es una carrera muy interesante y yo quiero estudiar eso.

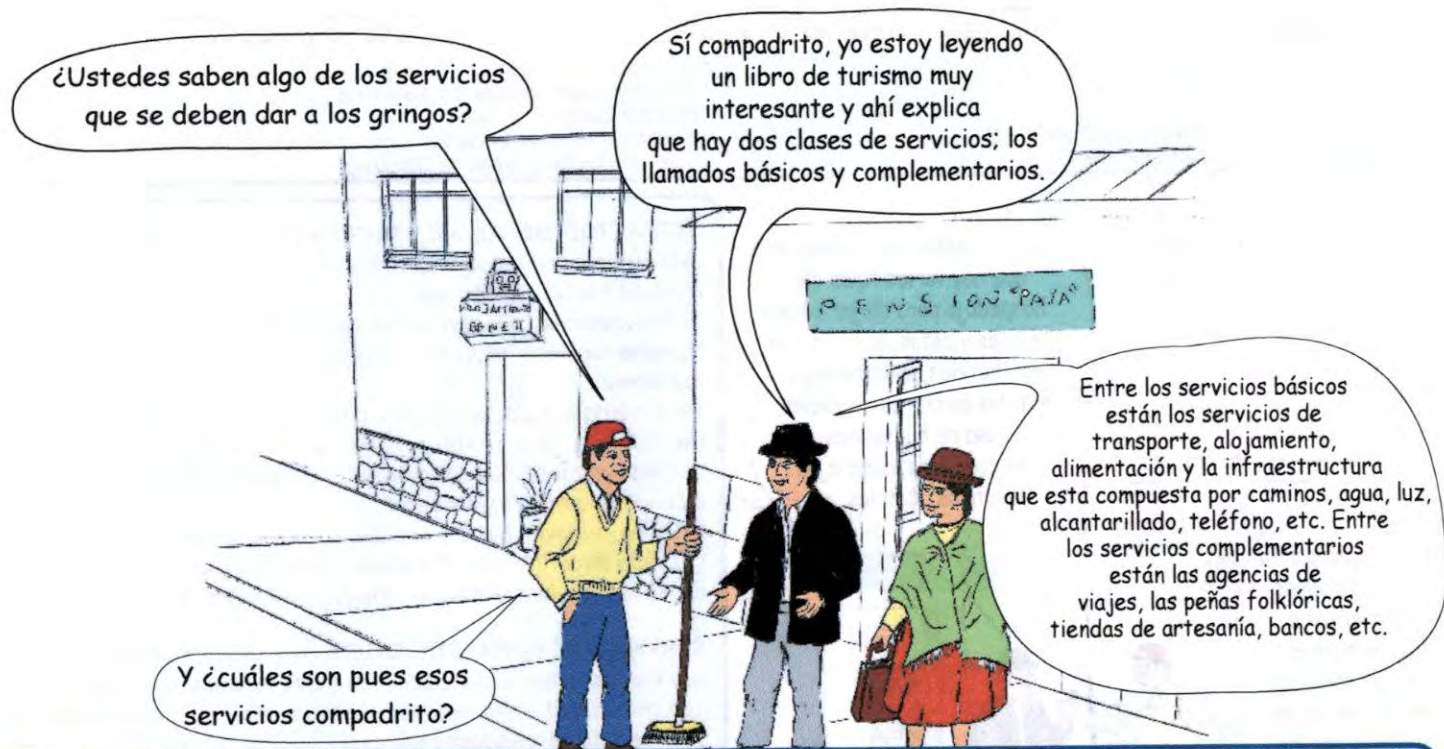
Bueno chicos es hora de entrar a clases hablaremos otro día... Vámonos.

### OTRO DÍA...

Durante el camino de regreso a su casa don René y doña Marcelina se encontraron con su compadre Raymundo quién tiene una pequeña pensión y un alojamiento.



**SERVICIOS TURÍSTICOS.-** Los servicios turísticos son los que están relacionados de manera muy estrecha con la actividad turística, ya que sin ellos sería imposible satisfacer las necesidades del turista.



**SERVICIOS BÁSICOS:** Son aquellos servicios que necesariamente deben existir para que se desarrolle la actividad turística como ser:

**SERVICIO DE TRANSPORTE.-** Por la necesidad de trasladarse hasta el sitio turístico, es muy importante contar con servicios de transporte ya sean estos acuáticos, terrestres o aéreos. En Bolivia el medio de transporte más utilizado es el terrestre especialmente en el área rural, tal es el caso del municipio de Tiwanaku donde los choferes ofrecen este servicio que es utilizado por los turistas y personas que quieren conocer este sitio.

**SERVICIO DE HOSPEDAJE.-** Por hospedaje se entiende al servicio de alojamiento que se brinda al viajero en forma temporal, y que funciona en una edificación construida o acondicionada para tal fin.

**LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE SEGÚN LA CÁMARA HOTELERA DE BOLIVIA SE CLASIFICAN EN:**

- \* Hoteles de 1 a 5 estrellas
- \* Apart-hoteles de 3 a 5 estrellas
- \* Hoteles suits de 4 a 5 estrellas
- \* Hostales o residenciales de 1 a 5 estrellas
- \* Casa de huéspedes categoría única

- \* Alojamientos se categorizan por letras A y B
- \* Complejos turísticos de 3 a 5 estrellas
- \* Floteles categoría única
- \* Establecimiento de hospedaje complementario se clasifican en: Lodges, Casas de Campo y Areas de Camping.



¡Oh! usted si que sabe compadre y ¿qué mas ha leído en ese libro?

¡Ahi le cuento que también leí que hay varios tipos de hospedaje para alojar a los turistas y estos se clasifican en: hoteles, aparthoteles, hoteles suits, residenciales, casa de huéspedes, alojamientos, complejos turísticos, floteles, etc.

¡Ohi pero compadrito aquí solo tenemos alojamientos y algunos hoteles donde los servicios creo que no están satisfaciendo las necesidades de los gringos.

**SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN.-** Son aquellos que están dedicados a la prestación de alimentos y bebidas, y algunas veces, realizan Peñas Folklóricas.

Estos servicios pueden brindar distintos tipos de gastronomía (comida regional, nacional o internacional), de acuerdo al gusto de los turistas.

De acuerdo a la Cámara gastronómica y a la Unidad Departamental de Turismo los restaurantes turísticos se clasifican en:

- a) Clase primera: Son los que dan servicios de alimentos y bebidas incluyendo peñas folklóricas.
  - b) Clase segunda: Son los que dan servicios de alimentos y bebidas.
  - c) Clase tercera: Son aquellos servicios de comida rápida.
- Ejemplo: hamburguesas, salchipapas, hotdogs, sandwiches, etc.

**SERVICIOS DE INFRAESTRUCTURA.-** Los servicios de infraestructura son los que están a disposición de todas las personas que integran una comunidad, sean residentes o visitantes, ya que su función es satisfacer sus necesidades básicas.

**A continuación mencionaremos estos servicios:**

- \* Aeropuertos
- \* Carreteras
- \* Señalización
- \* Red de agua potable
- \* Suministro eléctrico
- \* Líneas telefónicas
- \* Recojo de basura
- \* Tratamiento de aguas servidas
- \* Alcantarillado, etc.

**SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:** Son los que complementan a los servicios básicos así por ejemplo: agencias de viajes, peñas folklóricas, tiendas de artesanía, comercio, servicios bancarios, seguridad, asociaciones deportivas, etc.



### **CALIDAD DE SERVICIOS**

La calidad significa mejorar la opinión del cliente en las acciones de contacto más cotidianas y directas.

#### **CALIDAD EN LOS SERVICIOS BÁSICOS**

**SERVICIOS DE TRANSPORTE:** La calidad se dará haciendo que el cliente se sienta satisfecho con el servicio que se le preste, dándole comodidad, buen trato, brindándole la información que necesita, cumpliendo con el horario de salida y llegada al destino turístico, realizando un previo mantenimiento al medio de transporte antes del viaje (ver si los neumáticos están bien, los frenos, etc.), manteniendo la limpieza al interior del mismo y haciendo de que el precio sea lo más justo posible, ya que, si se presta este servicio con todo lo anteriormente mencionado, no debe incrementarse el precio sino lo que debe subir es la Calidad.

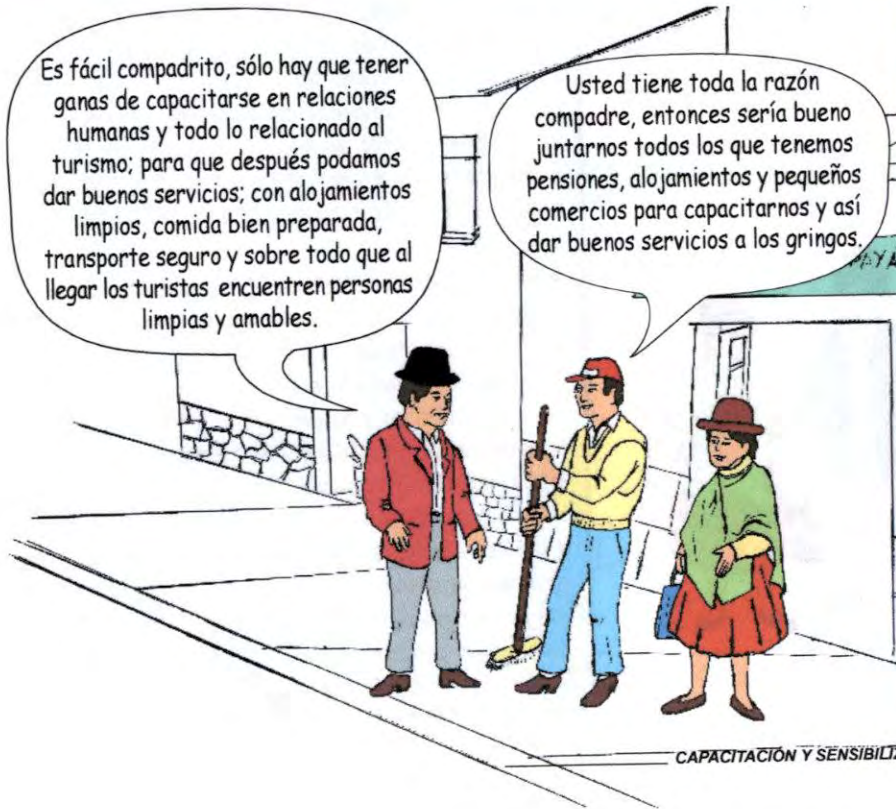
**SERVICIOS DE HOSPEDAJE:** Los establecimientos de hospedaje, deben cuidar por el buen servicio y calidad de los mismos, destacando esencialmente la limpieza, puntualidad en el servicio, sistemas de seguridad interna y externa de la infraestructura de hospedaje, personal calificado (gente capacitada en todo lo que significa relaciones humanas), señalización, sistema de informaciones, equipamiento adecuado a las necesidades del cliente (cates un poco más grandes de lo que se usa normalmente, ya que los turistas son gente de mayor estatura); además deberá haber un permanente mantenimiento de las instalaciones, equipos y mobiliario.

**SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN.-** Los restaurantes que presten sus servicios deberán contar con:

- \* Locales en buenas condiciones de presentación, limpieza y seguridad del mobiliario y equipos.
- \* Ambientes secos, paredes lisas, con bastante ventilación y debidamente protegidas contra insectos y ratones.
- \* Una conservadora o refrigerador para bebidas y alimentos que así lo requieran.
- \* Baños de uso público para mujeres y hombres, ambos con entradas separadas y con un lavamanos respectivamente. Estos deben contar con papel higiénico y jaboncillo de manera permanente y para el personal debe contar con un baño exclusivo con sus respectivos vestuarios, lavamanos y duchas.

Es fácil compadrito, sólo hay que tener ganas de capacitarse en relaciones humanas y todo lo relacionado al turismo; para que después podamos dar buenos servicios; con alojamientos limpios, comida bien preparada, transporte seguro y sobre todo que al llegar los turistas encuentren personas limpias y amables.

Usted tiene toda la razón compadre, entonces sería bueno juntarnos todos los que tenemos pensiones, alojamientos y pequeños comercios para capacitarnos y así dar buenos servicios a los gringos.



\* Los utensilios deben estar en buen estado de conservación y mantenimiento. No se usarán tazas, vasos, copas, platos, cubiertos y otros utensilios con abolladuras, grietas, partes oxidadas o cualquier otro defecto ya que pueden afectar en la alimentación.

\* Manteles y servilletas limpias, y los de tela o plástico estarán en buen estado de conservación.

\* Mantenimiento permanente de sus instalaciones equipos y mobiliarios, así como, una reposición oportuna de cubiertos, vajilla, cristalería, etc.

**SERVICIOS DE INFRAESTRUCTURA.-** Debe existir mantenimiento permanente en cuanto a las carreteras, agua potable, luz, alcantarillado, señalización, líneas telefónicas, etc.

**CALIDAD EN SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.-** Es importante mantener la calidad en estos servicios tanto en la atención como en el trato al turista para lo cual es necesario saber lo que son las relaciones humanas.



### RELACIONES HUMANAS

Las relaciones humanas son las que nos enseñan a tratar con las personas que nos rodean, ya sea en el trabajo, en la familia o con los amigos que tratamos a diario, para convivir dentro de un marco de respeto y ayuda recíproca (yo te respeto, tu también debes hacerlo conmigo, yo te ayudo, también debes ayudarme).

### ALGUNAS NORMAS QUE NOS SERVIRÁN PARA DAR UNA MEJOR ATENCIÓN Y TRATO AL TURISTA:

- \* Saludar al turista mirándolo a los ojos y sonriendo levemente
- \* Escuchar con atención al turista, no interrumpirlo para entender lo que realmente quiere saber y conocer.
- \* Informar claramente sobre lo que el turista preguntó, aclarando todos los aspectos relacionados con su pregunta con el fin de evitarle cualquier contratiempo por falta de información.
- \* No gritar al hablar con el turista, hacerlo con voz clara, suave y pausada para que él entienda la información que se le está proporcionando.
- \* Evitar el uso de frases corrientes (ay situs..., está o por ay situs..., andá), etc.
- \* Si un turista se queja de algo, no discutir con él y responderle con voz pausada.
- \* Ser educado en todo momento.
- \* Ser comprensivo con los turistas es importante, ya que muchos de ellos no cuentan con los medios económicos suficientes, sin embargo desean conocer todos los atractivos que tiene el municipio (mochileros y estudiantes).
- \* No masticar chicle o comer mientras se atiende al turista.
- \* Ser siempre entusiasta, dinámico y tener confianza en sí mismo, para brindar un excelente servicio de calidad para que los turistas se sientan satisfechos.

DÍAS DESPUÉS...

A la hora del almuerzo Margarita y sus amigos José, Gabriela y su familia conversaban muy entusiasmados acerca de la clase que tuvieron en el colegio...



**DEFINICIÓN DE CULTURA.-**

La cultura es, la herencia de un pueblo que se transmite de generación en generación con sus costumbres y tradiciones típicas como por ejemplo la artesanía, la gastronomía y diferentes manifestaciones artísticas como la pintura, música o literatura.

Entonces podemos decir que la cultura es única para cada grupo y se desarrolla en un núcleo organizado de personas llamado sociedad, donde el individuo demuestra lo que es o lo que siente ser frente a sus semejantes que tienen otras formas de actuar o de pensar.



Bueno hijito lo que yo sé es que las tradiciones y costumbres se manifiestan mediante la artesanía, cerámica, música, danza, gastronomía, mitos, religión y diferentes manifestaciones artísticas como la pintura, literatura, etc.

Don René y ¿qué debemos hacer para conservar nuestra cultura?



### **DEFINICION DE COSTUMBRE Y TRADICION**

**COSTUMBRE.-** Es cuando se realiza una actividad comúnmente, también se la denomina un hábito, es decir, la facilidad de aprender una acción por la constante práctica donde se llega a convertir en una fuerza de ley. Mediante las costumbres se va formando el fondo de modo de ser de un país, ciudad o pueblo. En cultura las costumbres son: la artesanía, música, danza, religión, etc.

**TRADICION.-** Es la comunicación o transmisión de costumbres, enseñanzas, noticias de hechos históricos, etc. Estos van de generación en generación dentro de la cultura de una sociedad ya sea de un país, ciudad o pueblo.

**IMPORTANCIA DE LA CULTURA.-** La cultura es tan importante para el desarrollo de los pueblos, ya que sin ella se pierde la identidad cultural que se manifiesta en el diario vivir de las personas en la sociedad. La identidad es el sentido de pertenencia que uno siente con relación a ciertos factores determinantes como la edad, el género, el grupo étnico al que se pertenece, el territorio y también a la clase social que se tiene en la sociedad.

Lo que debemos hacer es, primeramente, sentirnos orgullosos de lo que somos, no cambiemos nuestra forma de vestir, valoremos nuestra música, recuperemos nuestras danzas autóctonas, nuestras comidas típicas y no tengamos vergüenza de nuestras raíces ancestrales.

La maestra nos dijo hoy en la clase que la cerámica y los tejidos de nuestros antepasados alcanzaron su máximo desarrollo en cuanto a su elaboración, ¿es cierto eso don René?



#### **TRADICIONES Y COSTUMBRES DE LA CULTURA DE TIWANAKU**

**ARTESANÍA.-** La artesanía es el arte de elaborar o hacer productos de manera manual o con las manos. Entonces podemos decir que la artesanía está muy vinculada con el qué hacer de la gente que vive en el lugar, ya que muestra parte de su diario vivir en ella y rescata sus valores culturales utilizando la materia prima que lo rodea. En el caso de Tiwanaku la artesanía está muy relacionada con la cultura tiwanakota, porque ésta cultura ha alcanzado niveles muy elevados en cerámica.

**CERÁMICA.-** La cerámica tiwanakota a llegado a ser una de las mejores en sud América, por esto es muy importante no perder esta técnica de elaboración de productos hechos con arcilla, conservando sus diseños y colores autóctonos., para que así los futuros alfareros vayan mejorando su calidad de producción para alcanzar o mejorar los niveles que llegaron a obtener sus antepasados y de ésta manera no se pierda esta técnica con el paso de los años.  
Para el turista es muy importante la artesanía del lugar que visita, ya que es parte de lo que ha visto y vivido en el lugar y es lo único material que puede llevarse de recuerdo a su país.



Sí José, la cerámica especialmente, alcanzó su máximo desarrollo en cuanto a su elaboración y sería bueno recuperar ahora esas técnicas de diseño, tallado y colores que utilizaron en aquel entonces.

Y de dónde sabes tanto René?

Ya les dije, yo leo mucho y me informo más por eso ustedes tienen que leer y así entenderán mejor lo que quieren saber.

**MÚSICA Y DANZA.-** Son también parte importante de la cultura de los pueblos ya que por intermedio de estas manifestaciones la gente expresa su manera de sentir y vivir, se identifica con sus raíces, por eso es de vital importancia rescatarlos; para que se sientan orgullosos de lo que son y llevan en la sangre.

**GASTRONOMÍA.-** Es el arte de preparar diferentes tipos de comida. Entonces la gastronomía es parte de la cultura que tienen los pueblos en la preparación de sus alimentos, los cuales deben mantener sus ingredientes nativos con los que preparaban desde tiempos antiguos: Ejemplo los platos típicos preparados en base a quinua, tarwi, amaranto, chuño, papa, charque, pescado, etc.

**MITOS Y RELIGIÓN.-** La creencia de los pueblos en las cosas sobrenaturales es vital para mantener la cultura, porque mediante estas creencias se pueden alcanzar cierto tipo de favores que se piden a estos seres sobrenaturales, tal es el caso de Tiwanaku donde se festeja el Año Nuevo Aymara y se pide las bendiciones del tata INTI para tener abundante cosecha, buena salud, etc.

### AL DÍA SIGUIENTE...

Ese día, como todos los demás al salir de clases, Gabriela, José, Margarita y Pedrito se sentaron en la plaza donde se encontraron con un turista y conversaron...



**EL MEDIO AMBIENTE EN BOLIVIA.** - En Bolivia se comienza a cuidar el medio ambiente a partir de los años 80, esto se realizó a través de charlas, talleres, seminarios, etc. A raíz de ello se creó la ley N° 1333 del medio ambiente el año 1992 con sus reglamentos y artículos correspondientes, los cuales deben ser de conocimiento de las autoridades y población en general para hacer que sea aplicada en nuestro país y, de manera especial, en los municipios. Tal es el caso de Tiwanaku donde las funciones son compartidas, tanto en tareas como en responsabilidades con la Prefectura y el Ministerio de Desarrollo Sostenible:

- \* Preservar y conservar, en lo que los corresponda, el medio ambiente y los ecosistemas del municipio, contribuyendo a la ocupación racional del territorio y al aprovechamiento sostenible de los recursos.
- \* Preservar, conservar y contribuir a la protección del medio ambiente y los recursos naturales, fauna silvestre y animales domésticos; ejercer y mantener el equilibrio ecológico y el control de la contaminación en concordancia con las leyes que rigen la materia.



**EL MEDIO AMBIENTE.-** Comprende todos los elementos vivos o bióticos y los no vivos o abióticos que determinan la existencia de un organismo. Los elementos vivos son aquellos organismos que comparten el mismo medio ambiente como ser: el hombre, las plantas y los animales. Los elementos no vivos pueden ser naturales como ser: el suelo, el agua y la atmósfera; o energéticos pueden ser: energía solar, el viento y el ruido. Estos elementos son los que forman el medio ambiente.

**DEFINICIÓN DE ECOSISTEMA.**- Llamamos ecosistema al conjunto de factores bióticos que son los que están conformados por las plantas, animales y microorganismos que habitan una zona determinada y el medio ambiente en que viven con todos los factores abióticos que conforman los suelos, agua, clima, etc. Por ejemplo, un ecosistema es un charco, un bosque, una laguna, un pantano, etc.

Medio ambiente es todo lo que nos rodea como ser: el aire, el agua, la tierra, los animales, las plantas, etc.

¡Ah! qué interesante y ¿qué más puede decirnos acerca del medio ambiente?



### **ALTERACIONES DE LOS ECOSISTEMAS**

Las alteraciones o cambios en los ecosistemas se producen debido al abuso excesivo del hombre con los recursos de estos, por ejemplo:

**LA ATMÓSFERA.**- Esta se contamina debido a las emanaciones de humo de las industrias, los vehículos, la quema de bosques y pastizales, que provocan la destrucción de la capa de ozono, esta capa es la que no permite pasar los rayos ultravioletas que generan los rayos del sol.

**EL AGUA.**- La contaminación del agua es ocasionada por botar desechos tóxicos que ocasionan las aguas negras, las cuales se forman por agentes infecciosos que producen muchas enfermedades como ser: diarreas, cólera, tifoidea, hepatitis, etc.

**EL SUELO.**- En Bolivia la mayoría de los suelos son frágiles debido al chaqueo excesivo, los monocultivos, el sobre pastoreo, la deforestación, la basura acumulada, etc. Esto ocasiona que los suelos pierdan su fertilidad natural, para luego convertirse en suelos estériles donde ya no puede producir nada.



Bueno, como ver acá el ríu está lleno de basura, entonces lo primero que debemos hacer es no votar por todas partes la basura, mas bien debemos reciclar en lo posible.

Y ¿qué es reciclar?.

**FLORA.-** Es todo lo relacionado con la vegetación, es decir, todas las plantas y árboles que existen en un ecosistema. El peor destructor de la flora es el fuego ocasionado por incendios provocados por el hombre o por la naturaleza, y la tala indiscriminada de árboles ocasiona serios problemas de salificación, devastación y desertificación de los ecosistemas.

**FAUNA.-** Es todo lo relacionado con los animales, ya que el enemigo principal de ellos es el hombre, porque no tiene medida en cazar y pescar a los animales. De esta forma se ocasiona la extinción de especies únicas, por ejemplo; la chinchilla, los guanacos, los guácharos, etc.

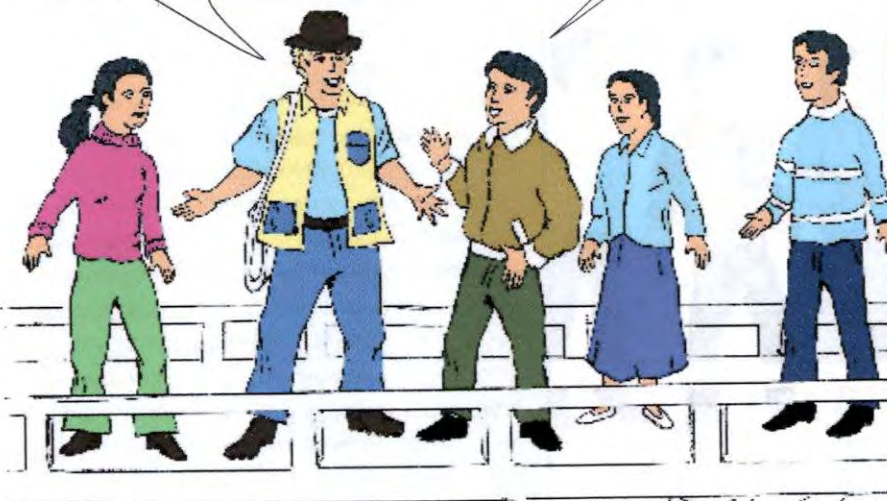
**RUIDO.-** Es otro de los factores que contamina el medio ambiente debido a que ciertos ecosistemas son demasiado frágiles o delicados en su formación y el ruido desmedido provocado por el hombre hace que muchas de las especies huyan o se alejen a otros ecosistemas. Por otro lado, el ruido desmedido ocasiona en los seres humanos diversos grados de sordera, aumento de la presión arterial, taquicardias, alteraciones del sistema nervioso como mal humor y stress, etc.

**RECICLAJE**

Reciclaje o reciclar es utilizar técnicas que ayudan a recuperar los desechos de la basura, para reintroducirlos en el ciclo de producción del que provienen. La basura debe ser separada en orgánica e inorgánica, para luego proceder al reciclaje.

Reciclar es recuperar todo lo que se pueda de la basura para que posteriormente sea reutilizada, por ejemplo: de la basura orgánica se puede hacer abono ecológico, el mismo que serviría para sembrar nuevas plantas y de la basura inorgánica como ser los papeles se puede fabricar papel higiénico, etc.

Entonces ¿cómo podemos proteger nuestro medio ambiente?.



### RECICLAJE DE LA BASURA ORGÁNICA E INORGÁNICA

**BASURA ORGÁNICA.**- Es aquella que puede ser asimilada o puede fácilmente desintegrarse con el paso del tiempo sin causar daños secundarios al suelo, entre las que podemos mencionar son: las cáscaras de las frutas, tubérculos, papas, hortalizas, legumbres como arvejas, habas, etc. Este tipo de basura se puede convertir en abono natural, el mismo serviría para abonar los suelos donde se practica la siembra de productos agrícolas, los cuales tienen mejor calidad para ser consumidos, porque son más saludables y mejor asimilados por nuestro organismo.

**BASURA INORGÁNICA.**- Es aquella que no puede ser fácilmente desintegrada ya que la mayoría de estos desechos son de estructura sólida como ser las botellas de plástico, vidrios, latas, papeles, fierros, etc.

Este tipo de basura tiene que ser previamente bien seleccionada para que posteriormente sea reciclada, por ejemplo: en el caso de los papeles, estos se pueden almacenar en depósitos bien desinfectados para que no se críen los roedores y posteriormente se pueda vender a fábricas de papel higiénico, etc.

Sin embargo, los plásticos como las botellas, bolsas de nylon son las que más contaminan el medio ambiente ya que no se desintegran con facilidad.



Para proteger y conservar el medio ambiente tenemos que ser concientes de cuidar todo lo que nos rodea como ser: los ríos, lagos, bosques, sitios arqueológicos, etc.  
La limpieza de las calles del pueblo, también es importante para evitar enfermedades infecciosas; además una calle limpia es mejor para pasear no creen ustedes muchachos.

Si, es cierto, por eso desde hoy no votaremos la basura por todo lado y barreremos nuestras calles cada día e informaremos a la gente de lo importante que es cuidar el medio ambiente.

Muchachous no se olviden que el hombre debe vivir en armonía con la naturaleza, y me diou mucho gusto conocerlos hasta pronto.



### PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

La municipalidad debe ser la primera defensora del medio ambiente, tomando medidas oportunas de control para evitar efectos indeseables del Turismo.

Entre estas medidas podemos destacar: proteger el medio ambiente, definir y reglamentar áreas destinadas al desarrollo turístico, coordinar con la administración pública, el sector privado y otras instituciones, hacer participar a la población local en la protección del medio ambiente mediante talleres de sensibilización. Evaluar los efectos ambientales y culturales del turismo. Poner límites al crecimiento descontrolado para no afectar a los ecosistemas.

- El sector privado también debe asumir la protección del medio ambiente, eliminando adecuadamente los residuos, reciclando la basura y tratando las aguas negras, respetando los espacios protegidos y destinando fondos para su conservación. No localizar sus proyectos en zonas frágiles o de alto riesgo cerca de ríos, lagos, volcanes, etc. Promocionar y practicar un turismo verde de bajo impacto ambiental.

- La comunidad debe ser la defensora del medio ambiente cuidando su entorno natural, el patrimonio municipal, sus recursos ambientales, culturales e históricos. Los turistas deben respetar el medioambiente, colaborando con la conservación de la naturaleza, dejando sólo la huella de sus pies y tomando sólo fotografías. Las ONGs deben estar dispuestas a trabajar por la protección del medio ambiente, asesorando a los gobiernos locales, gestionando fondos especiales para la conservación del medio ambiente y proponiendo medidas concretas para los problemas de degradación ambiental y social.

### **DÍAS DESPUÉS...**

Don René y doña Marcelina habían asistido a un curso de capacitación en microempresas ahí aprendieron algo sobre producción, promoción y comercialización...



**COMERCIALIZACIÓN.-** La comercialización es la relación entre clientes y productores, con el propósito de vender un producto turístico.

**PRODUCCIÓN.-** Es la acción de producir algo, también se podría decir que es la actividad mediante la cual determinados bienes se transforman en otros de mayor utilidad.

**PROMOCIÓN.-** Es la técnica destinada a aumentar la cantidad de negocios de una empresa mediante la acción propia de la red o canales de distribución.

**AL DÍA SIGUIENTE...**

Doña Marcelina y don René van a la reunión de padres de familia al colegio de sus hijos. En el camino se encuentran con doña Jacinta y doña Amalia y conversan acerca de la capacitación a la que ellos asistieron...



### ¿QUÉ ES PRODUCTO TURÍSTICO?

Es el que está constituido por los atractivos, las facilidades y la accesibilidad, los tres aspectos que en la actualidad integran el producto turístico.





### **FORMACIÓN DE MICROEMPRESAS**

*Para formar una microempresa lo fundamental es que la gente participe y esté dispuesta a trabajar en grupo con la finalidad de mejorar su calidad de vida, aprovechando la visita de los turistas que vienen a conocer los atractivos turísticos existentes en el lugar.*

*En el caso específico del municipio de Tiwanaku, dentro del área del turismo, se pueden formar microempresas de artesanía típica del lugar, restaurantes, hospedaje, guías locales, recojo y reciclaje de basura, etc.*



**PRODUCCIÓN EN LAS MICROEMPRESAS.-** En este caso la producción juega un papel muy importante dentro de las microempresas las cuales, para producir diferentes productos y servicios, lo primero y fundamental que deben hacer es, capacitar a los miembros que forman éstas microempresas con cursos o talleres relacionados al tipo de producción que vayan a desarrollar al interior de ellas. Esta capacitación debe realizarse de manera permanente si se quiere obtener productos con calidad para que estos satisfagan las necesidades que busca el cliente, en este caso el turista.



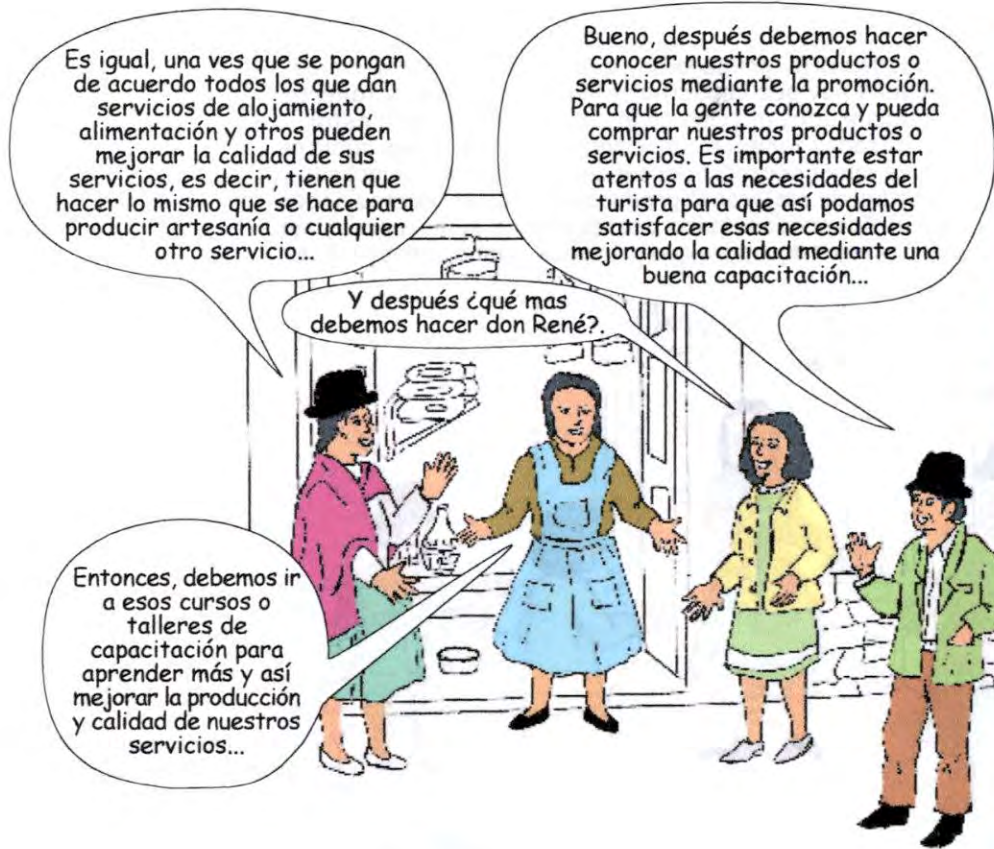
Claro... Pero se pueden formar microempresas de artesanía, alimentación, alojamiento, guías locales, recojo y reciclaje de basura, etc. depende mucho de lo que elijamos hacer.

Y cómo se trabaja pues en microempresas?.

Como les dije, primero hay que juntarnos por gremios, después hay que capacitarse bien con cursos y talleres relacionados al tema cada cierto tiempo para estar actualizados también capacitarnos en relaciones públicas que es muy necesario para manejar una microempresa y así se puede mejorar la producción; y los productos deben estar elaborados dando preferencia a la materia prima que tenemos aquí para que así todos seamos beneficiados.

Y en mi caso ¿ qué debo hacer doña Marcelina?.

**RELACIONES PÚBLICAS.-** Las relaciones públicas son utilizadas por las organizaciones para establecer comunicación y mantener sanas y productivas relaciones con el público interno y externo. La función de las relaciones públicas en el marketing, es producir una imagen favorable, de tal manera que facilite las actividades de comercialización y ventas de la oferta turística del país o destino turístico.



Es igual, una vez que se pongan de acuerdo todos los que dan servicios de alojamiento, alimentación y otros pueden mejorar la calidad de sus servicios, es decir, tienen que hacer lo mismo que se hace para producir artesanía o cualquier otro servicio...

Bueno, después debemos hacer conocer nuestros productos o servicios mediante la promoción. Para que la gente conozca y pueda comprar nuestros productos o servicios. Es importante estar atentos a las necesidades del turista para que así podamos satisfacer esas necesidades mejorando la calidad mediante una buena capacitación...

Y después ¿qué más debemos hacer don René?

Entonces, debemos ir a esos cursos o talleres de capacitación para aprender más y así mejorar la producción y calidad de nuestros servicios...

**PROMOCIÓN TURÍSTICA.**- Para realizar una buena promoción, primeramente, debemos obtener la información verídica a cerca de los servicios y lugares que puede visitar el turista, saber acerca de las cualidades y posibilidades de los servicios que satisfagan las necesidades del cliente. Entonces debemos :

- \* Conocer a que mercado, queremos llegar con la promoción; a esto se llama hacer segmentación de mercados, que pueden ser por ingresos económicos, edad, sexo, etc.
- \* Saber el perfil de los turistas a los que queremos llegar, como ser que le gusta comer, vestir, etc.

De acuerdo a esto si se puede hacer una buena promoción adecuada a cada tipo de mercado.

La promoción tiene diferentes instrumentos como ser: asistir a ferias internacionales importantes, workshops, reuniones de trabajo, red virtual (Internet, páginas Web, etc.)  
 Folletería (trípticos, panfletos, bípticos, etc.); material audiovisual (videos, spots publicitarios), organización de encuentros entre empresarios locales, tour operadores, etc.

Para realizar una promoción a nivel de región o de cada municipio como es el caso de Tiwanaku, inicialmente se debe ofrecer productos turísticos diferentes, para centrar el esfuerzo en darlos a conocer. Ofrecer la mayor información a los turistas en el propio destino, tanto a su llegada al país, como al encontrarse en el municipio.



Si, es la única manera de mejorar nuestros productos para vender más y a un precio justo.

Creo que ya a comenzado la reunión. Nos apuraremos, porque caso contrario no llegaremos a tiempo para entender lo que los profesores tienen que informarnos acerca de las calificaciones de nuestros hijos.

Cierto,... Vamos gracias por darnos la idea de formar microempresas...

De nada pues, nos veremos otro día...

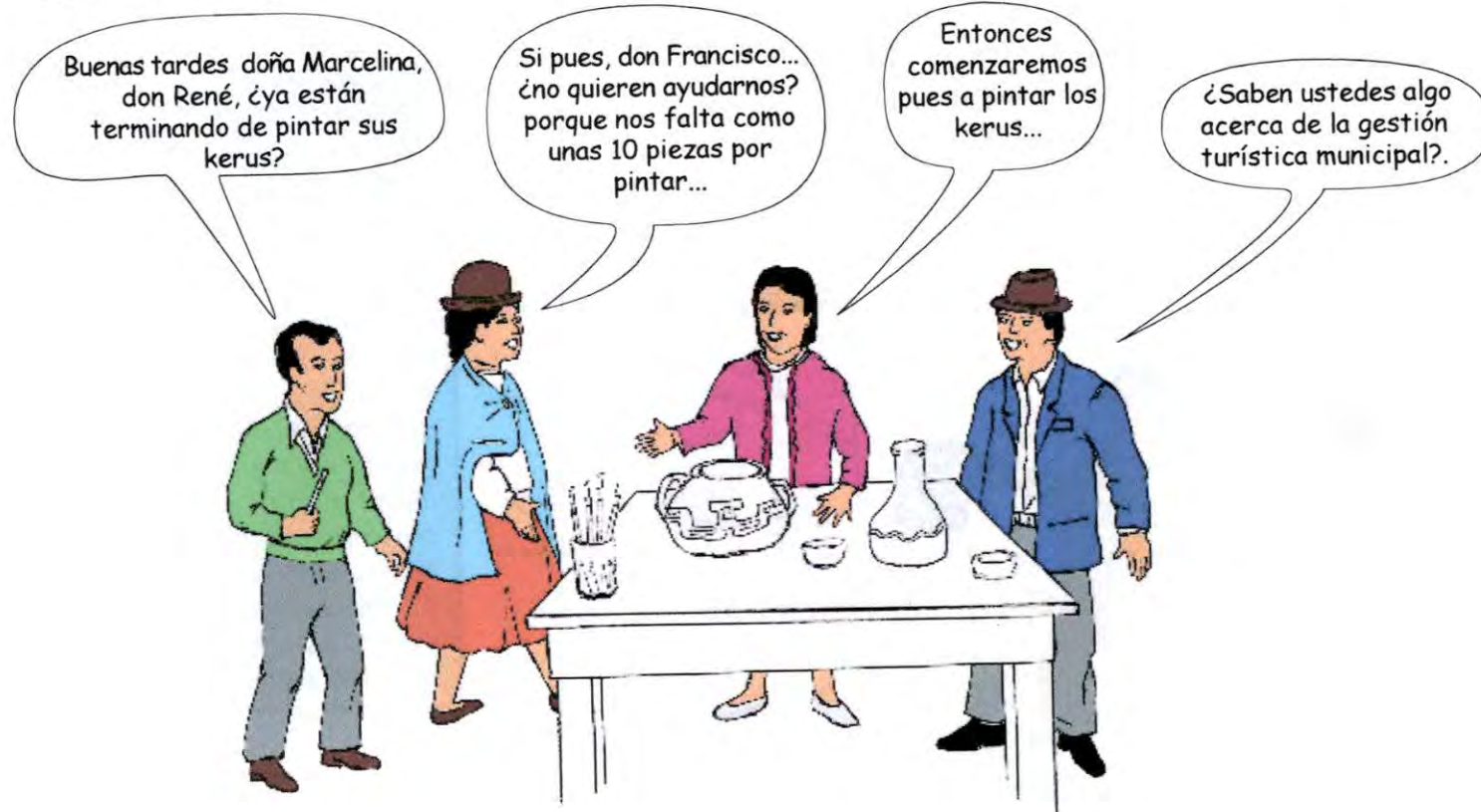


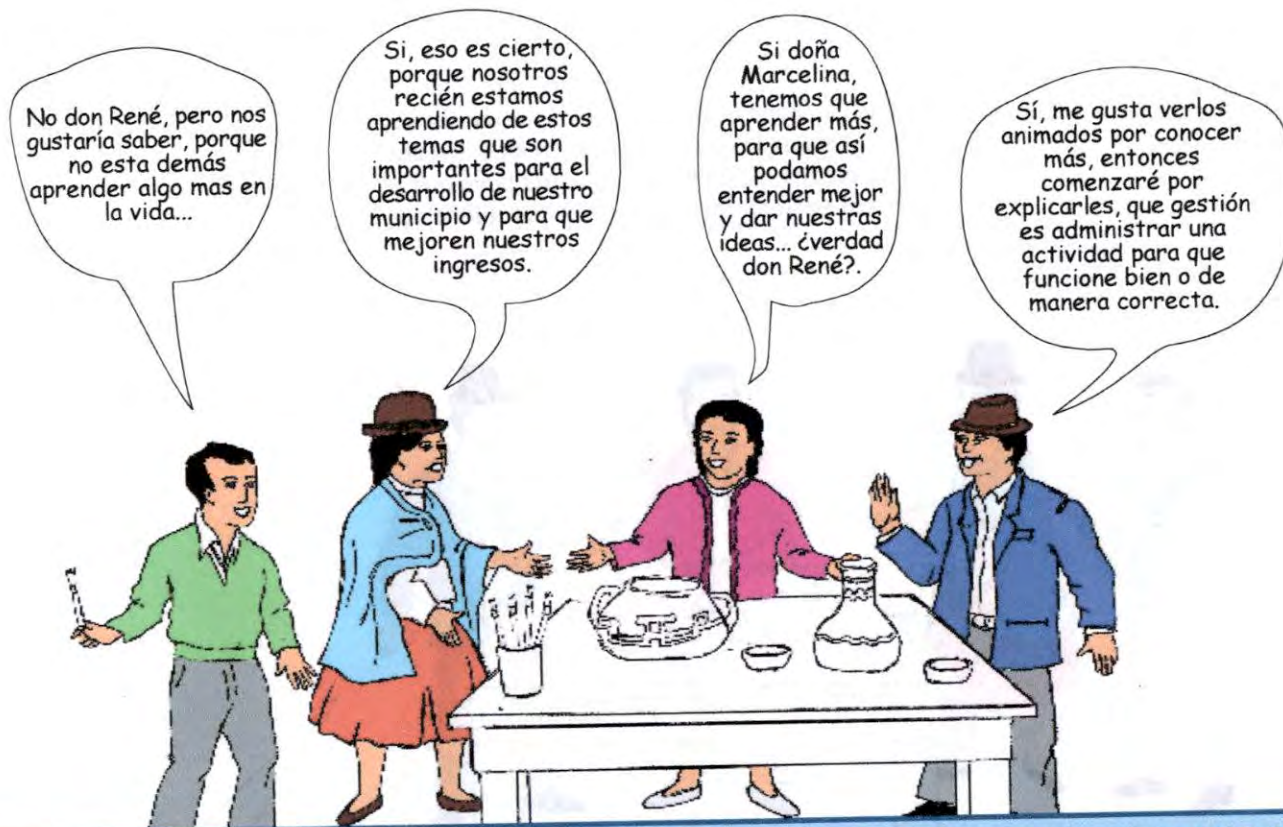
### **LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO TURÍSTICO.-**

*Persigue convencer al cliente y realizar la venta; para ello necesita informar y hacer fácil la compra utilizando los canales de comercialización, que también se conocen como canales de distribución. Sin embargo, en turismo la distribución del producto es diferente, ya que no hace falta llevar el producto hasta el consumidor. El cliente solo recibe información y luego servicios en el lugar elegido, y es el quién se desplaza para hacer uso del servicio comprado.*

**AL DÍA SIGUIENTE...**

Mientras doña Marcelina y don René trabajaban en su taller de artesanía, fueron visitados por sus vecinos, don Francisco y su esposa Dorotea y comenzaron a conversar a cerca de la gestión turística municipal...





**GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL.-** Es administrar una actividad para que funcione bien ó correctamente, en el caso del Turismo la gestión es la capacidad de hacer que todo funcione y funcione bien, por eso es la clave del éxito en el desarrollo turístico. También gestionar significa administrar los medios económicos y técnicos disponibles de manera efectiva, con el fin de lograr el cumplimiento de los objetivos del plan.

Para que la gestión funcione bien es importante que la municipalidad actúe como líder comprometiéndose en lograr la obtención de los recursos económicos y la ejecución de las actuaciones, evitando que pese a las dificultades se pierda el horizonte común al que van dirigidas, para lo cual debe reunir el esfuerzo de todos como ser: empresarios, administración central, población local, etc.

Y eso de gestión turística ¿qué es pues?.

Bueno... para que entendamos mejor les voy a decir que la gestión turística es como unir las piezas de un rompecabezas para que al final se vean los resultados que queremos alcanzar.



Y ¿cuáles son esas piezas del rompecabezas?.

Las piezas del rompecabezas serían en este caso lo ambiental, lo social, lo cultural, lo urbano, etc. para que al final se forme un espacio turístico.

Pero eso es un poco complicado de entender

Si, es complicado, pero tenemos que ponerle un poco más de interés para entender por lo menos algo.

Y ¿qué tenemos que hacer nosotros don René para armar este rompecabezas?.

Lo que yo leí acerca de esto es que el alcalde es el líder principal junto a sus seguidores en hacer que la gestión funcione en todas las áreas, no solo en el turismo. Entonces, él como autoridad máxima debe reunir el esfuerzo de todos como ser: empresarios, administración central, población local y de todos para tener una buena gestión.



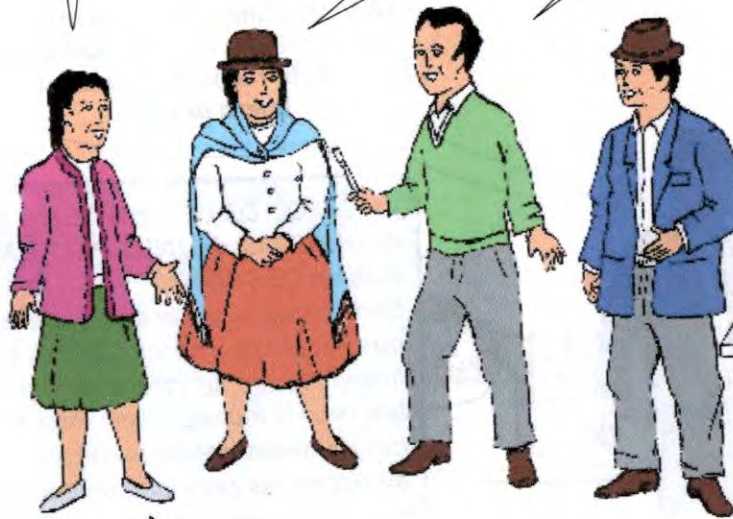
**¿COMO DEBE HACER EL GOBIERNO MUNICIPAL UNA BUENA GESTIÓN?**

*Debe hacer lo que le corresponda y no tratar de abarcar todas las funciones en las diferentes áreas que tiene la municipalidad. Para esto deberá delegar determinados asuntos en diferentes personas entendidas en distintas áreas del municipio, de este modo resolver con rapidez los problemas evitando la burocracia, para que así los futuros inversionistas no se encuentren con trabas que al final llegan a paralizar proyectos importantes.*

Entonces, ¿nosotros también somos parte importante de la gestión?

Claro pues, por eso tenemos que apoyar con nuestras ideas a las autoridades, para que así ellos nos tomen en cuenta en sus decisiones.

¡Ah! con razón yo he escuchado hablar en la plaza de que el gobierno municipal tiene que cumplir con las diferentes funciones... para lograr una buena gestión municipal.



¿Funciones?, ¿y cuales son pues?

Las funciones que debe cumplir el gobierno municipal para alcanzar una buena gestión en el área del turismo son muchas, de las que recuerdo en este momento son: planificación del turismo, valoración de los recursos turísticos... y otras.

**FUNCIONES QUE DEBE CUMPLIR EL GOBIERNO MUNICIPAL:**

- \* Planificación del Turismo.
- \* Creación de infraestructuras básicas.
- \* Protección del patrimonio natural y cultural.
- \* Valoración de los recursos turísticos.
- \* Apoyo y promoción de la actividad turística.
- \* Mejorar la calidad de vida de la población.
- \* Mejorar la información y la investigación turística.
- \* Incrementar y mejorar la seguridad ciudadana.

Uh... Son varias funciones don René.

Si, son las más importantes en el área del turismo porque para realizar una buena gestión es necesario conocer una serie de instrumentos.

¿Hay más todavía?



Para que tengan una idea más clara les voy a decir cuales son los instrumentos de mayor importancia que se utilizan para realizar una buena gestión.

Si pues don Francisco, estos temas son amplios, lo que ahora el René les está diciendo es lo más importante.



***INSTRUMENTOS IMPORTANTES DE LA GESTIÓN:***

- \* Seguimiento y control de las etapas de planificación turística y sus resultados.*
- \* Coordinación entre todos los agentes sociales.*
- \* Participación Popular.*
- \* Apoyo al sector empresarial.*
- \* Mantenimiento y actualización de un sistema de información turística.*
- \* Capacitación de los recursos humanos.*
- \* Control de la calidad.*
- \* El financiamiento.*



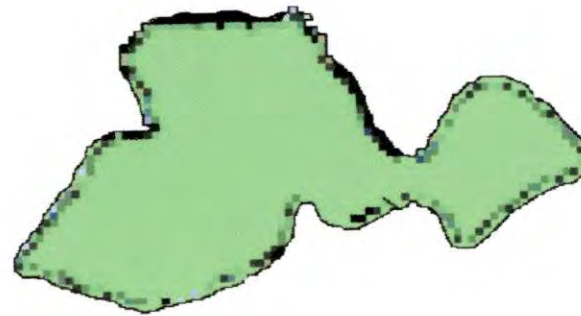
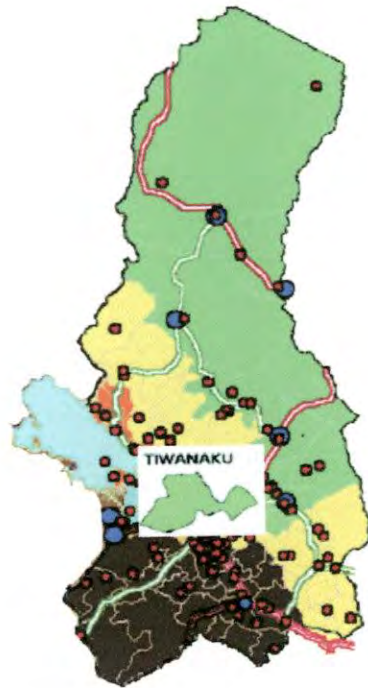


# DEPARTAMENTO DE LA PAZ

PROVINCIA INGAVI

TERCERA SECCIÓN

MUNICIPIO DE TIWANAKU



**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
CARRERA DE TURISMO**

*Lic. Emma Castellón  
Univ. Maria Elder Arévalo Fernández  
Univ. Sonia Luisa Chambi Callisaya  
Univ. Santos R. Silva Hualpa*

**GOBIERNO MUNICIPAL DE TIWANAKU**

*H. Iino Condori Amaru  
ALCALDE MUNICIPAL  
H. Jorge Quispe Yujra  
PRESIDENTE CONCEJO MUNICIPAL.  
H. Marcelino Cruz Huanca  
VICEPRESIDENTE CONCEJO MUNICIPAL.  
H. René Quispe Rodríguez  
CONCEJAL SECRETARIO  
H. Magdalena Quispe Mamani  
CONCEJAL  
H. Lourdes M. de Copeticona  
CONCEJAL*