UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACION

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE GRADO

PROGRAMA DE SENSIBILIZACION EN TURISMO, PATRIMONIO Y CULTURA EMPRENDEDORA PARA ESTUDIANTES DE SECUNDARIA DEL MUNICIPIO DE IRUPANA

POSTULANTE:
Melania Fátima San Miguel Chacon

TUTOR:
Lic. Luis Amusquivar Fernandez

LA PAZ – BOLIVIA
2009

CAPÍTULO I ASPECTOS GENERALES

1.1. ANTECEDENTES

El turismo ha llegado a consolidarse como el fenómeno socioeconómico de mayor expansión en los últimos años, cuyas proyecciones para este nuevo siglo son bastante alentadoras, abriendo posibilidades de participación en ese crecimiento prácticamente a todos.

A nivel global se han registrado los siguientes datos:

- La OMT (Organización Mundial de Turismo), en su publicación Guía para Administradores Locales: Desarrollo del Turismo Sostenible, señala que el año 1997 se produjo 612 millones de llegadas de turistas internacionales, generando el movimiento de un total aproximado de 443.000 millones de dólares americanos.

- La mencionada organización indica de manera preliminar que el 2007, se produjo 903 millones de llegadas de visitantes, ese movimiento de personas generó un aproximado de 856.000 millones de dólares americanos.

Cabe recordar que ninguna otra actividad, a nivel mundial, ha registrado esos datos positivos en un ambiente global caracterizado por atentados, guerras, inestabilidad política, crisis financieras y catástrofes ambientales.

- Para el año 2020 la OMT proyecta 1600 millones de llegadas de turistas, cuya cifra duplica la citada anteriormente. Se prevé un crecimiento sostenido de entre 4 – 5% anual, por consiguiente el incremento de los Ingresos por ésta actividad también serán considerables (Panorama 2020 Nuevas Previsiones).

Sin embargo, ese incremento también implica el cambio de las preferencias de los turistas en el mundo, pues ya no es suficiente el “sol y playa”, sino se busca un modelo alternativo de turismo que resalte la interacción y contacto directo con la cultura y la naturaleza, en otras palabras, la tendencia actual de la demanda es realizar sus actividades ya no desde la óptica tradicional o de masas, sino más bien con un enfoque de interés especial, de aventura y ecológico, además de un servicio personalizado.

El Plan Nacional de Turismo 2006-2011, hace referencia a la llegada de turistas a América del Sur, en el año 2005 registrando los siguientes datos:

- 122 millones de llegadas de turistas internacionales.
- $us. 90.000 millones de ingresos.

Aprovechando esa situación muchos países, han orientado sus políticas a la planificación y ordenamiento de la actividad en territorios potenciales con el fin de obtener inversiones eficientes y generar ingresos mayores, sin causar impactos negativos al medio ambiente, protegiendo rasgos culturales, mejorar los indicadores de desarrollo humano y de esa manera lograr salir de la pobreza.

Bolivia es un país cuya diversidad natural y cultural son "envidiables" y pueden representar oportunidades de desarrollo, si es que se hace un aprovechamiento equilibrado y sostenible de esos recursos. Ante esta situación, es el turismo una de las pocas actividades donde es posible alcanzar ese equilibrio.

"La diversidad natural del país se expresa en sus 17 ecoregiones, 14 pisos ecológicos, 190 ecosistemas y 19 bioclimas, que a su vez albergan 1392 especies de aves, 263 especies de reptiles, 325 de mamíferos, 18000 especies de plantas superiores, 186 de anfibios, 500 especies de peces e infinidad de insectos, muchos de los cuales son endémicos (sólo se presentan en esta región del mundo)." (Viceministerio de Turismo). Se tienen registradas 21 Áreas protegidas, que ocupan el 17% de la superficie territorial del país (175.000 km2), dos de las cuales se encuentran entre las más diversas del mundo: PN Madidi y PN Amboró.

En lo relacionado al potencial cultural, en Bolivia existen 36 pueblos originarios, con raíces en 13 familias lingüísticas distintas, conservando sus costumbres, tradiciones e idiomas. Por otro lado, se tiene la referencia de cerca 35 mil sitios arqueológicos.

Se cuenta también con la declaración, por la UNESCO, de siete recursos culturales como Patrimonio de la Humanidad: Tiwanaku, Samaipata, Sucre, Potosí, Las Misiones Jesuíticas (Chiquitanía), Cultura Kallawaya y Carnaval de Oruro

Lo anterior significa un pequeño resumen de todo lo que posee y puede ofrecer Bolivia como destino turístico. (Plan Nacional de Turismo)

Estadísticamente las tendencias también se muestran positivas en nuestro país, por lo menos en las dos últimas gestiones de las cuales se disponen datos.

BOLIVIA: LLEGADA DE VISITANTES										
Serie: 1998 – 2007										
	1998	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**2004(p)**	**2005(p)**	**2006(p)**	**2007(p)**
TOTAL	**1.148.046**	**1.117.334**	**1.038.863**	**1.051.607**	**1.122.026**	**1.142.025**	**1.262.347**	**1.346.604**	**1.573.851**	**1.673.192**
Nacionales	727.555	708.192	657.786	673.056	741.824	774.989	871.459	933.337	1.077.362	1.149.789
Extranjeros	420.491	409.142	381.077	378.551	380.202	367.036	390.888	413.267	496.489	523.403

FUENTE: Anuario Estadístico, VICEMINISTERIO DE TURISMO (p) Preliminar

BOLIVIA: TASA DE CRECIMIENTO DE LLEGADA DE VIAJEROS										
	Serie: 1998 – 2007									
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004(p)	2005(p)	2006(p)	2007(p)
TOTAL	**4,41**	**-2,68**	**-7,02**	**1,23**	**6,70**	**1,78**	**10,54**	**6,67**	**16,88**	**6,31**
Nacionales	3,63	-2,66	-7,12	2,32	10,22	4,47	12,45	7,10	15,43	6,72
Extranjeros	5,78	-2,70	-6,86	-0,66	0,44	-3,46	6,50	5,73	20,14	5,42

FUENTE: : Anuario Estadístico, VICEMINISTERIO DE TURISMO

Se puede evidenciar que a nivel global el ambiente es positivo; Bolivia posee una gran riqueza natural y cultural que puede significar un desarrollo sostenible a través del turismo y las tendencias del movimiento de turistas se muestran positivas; sin embargo, en Sud América se registraron 122 millones de llegadas de turistas internacionales y en Bolivia solamente 1.673.192 (1,4 %). ¿Qué es lo que está pasando?

La situación de inestabilidad en nuestro país provocó que la llegada de turistas extranjeros sea inestable. La crisis y los conflictos que se suscitaron afectan gravemente al turismo, pues como sabemos el año 1998 estuvo marcado por una serie de conflictos caracterizados por el bloqueo de caminos, lo que produjo descensos en la llegada de viajeros, tanto nacionales como extranjeros, por dos años consecutivos (1999 y 2000). El año 2001 se evidencia el crecimiento del 1,23%, aún cuando los extranjeros muestran la cifra en negativo. El año 2002 tanto nacionales (10,22%) como extranjeros (0,44%), muestran tendencias positivas. Lamentablemente ante los nuevos sucesos de febrero y octubre del 2003, el crecimiento total sólo alcanzó el 1.78%, siendo que la llegada de extranjeros disminuyó en un -3,46%. Sin embargo, el 2004 y el 2005 se presenta un interesante crecimiento para ambos grupos.

Los datos del año 2006, aún preliminares, muestra un espectacular crecimiento del 20,14% para el turismo receptivo, se puede relacionar que es resultado del hecho histórico de que el Sr. Evo Morales Ayma, fuera elegido Presidente y eso haya sido captado por los medios de comunicación internacionales, dándolo a conocer al mundo como “el Primer Presidente Indígena”, y por ello se haya generado expectativas respecto a elegir a Bolivia como una opción de visita.

Bolivia se encuentra en desventaja respecto a países vecinos en lo que se refiere a llegada de visitantes, eso implica que cualquier emprendimiento que pueda nacer en territorio nacional, tiene limitaciones – tema de mercado - respecto a uno que quiera implementarse en Perú o Chile, por poner ejemplos. Sin embargo, existen casos de empresas que con el seguimiento de la cadena de valor del emprendedor, han logrado posicionarse, algunos con mayor éxito que otros.

A nivel departamental, la situación es un tanto complicada; a pesar de ser el mayor receptor de turismo de Bolivia, es un destino de paso, que no tiene una imagen en el exterior del país y en la operación de algunos sitios se lo considera como parte del Perú. (PREFECTURA DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ)

Con la implementación del Dialogo Nacional Bolivia Productiva 2004, la orientación especifica del proceso en cada una de las mesas municipales, fue identificar productos y/o negocios factibles a ser desarrollados en la región para ser el medio de generación de ingresos de sus habitantes. Para el desarrollo de cada producto / negocio se elaboraron Estrategias Productivas Integrales Municipales (EPIM) con el objetivo de mejorar y aprovechar las potencialidades, reduciendo o superando las limitaciones. La información con más riqueza generada por este proceso son las EPIM's, ya que en cada Municipio se identificaron un promedio de 6 productos y/o negocios y el mismo número de EPIM's. Según los resultados en los 75 Municipios (de ese entonces) del Departamento de La Paz, un total de 58 (77%) identificaron y priorizaron al turismo como negocio clave para la reducción de la pobreza (Plan Departamental de Desarrollo Turístico).

En lo referido al municipio de Irupana, en el mencionado proceso se identifica como la actividad principal a la producción agrícola, en este sentido el gobierno municipal ha encaminado su fomento y apoyo al sector, aún reconociendo que cuentan con un enorme potencial turístico (turismo queda en el quinto nivel de priorización). Esa potencialidad no está recibiendo el debido impulso, pues el patrimonio, tanto cultural como natural, no es debidamente conservado, protegido, e investigado. La riqueza del Municipio de Irupana no se limita a recursos culturales, históricos y monumentales, sino también a la diversidad ecológica que permite desarrollar y ofrecer actividades de interés especial y de aventura, que actualmente se desarrolla de manera poco organizada y promocionada, como ser el trekking por el camino Yunga Cruz y el parapente.

Se constató la presencia de emprendimientos exitosos como ser las Industrias Alimenticias Irupana, CORACA RI, entre las principales, así como el emprendimiento turístico "Albergue Comunitario Kala Pukara" en la comunidad Chuñavi del municipio. Este tipo de iniciativas demuestran la capacidad de las personas de apostar por una determinada actividad y sacarla adelante, para que sea esa empresa el medio de sustento.

1.2. Justificación

Las características ambientales y culturales del Municipio de Irupana brindan la oportunidad de desarrollar la actividad turística, pudiendo generarse muchas oportunidades para los habitantes del lugar.

Sin embargo, para aprovechar esas oportunidades en armonía, es necesario que los comunarios estén preparados, en principio, en la recuperación y protección de su patrimonio cultural y de su entorno natural, también en mejorar su actual actividad económico productiva, esté relacionado directamente o no con el turismo, para que a futuro sea más fácil la participación activa en el sistema turístico.

El turismo es una actividad nueva y diferente a lo tradicional en nuestras comunidades, y al insertarse estas acciones en establecimientos educativos, se llega a formar parte del proceso de enseñanza-aprendizaje, en el que se busca trabajar, no en una ideología dominadora (quien enseña se niega a aprender con aquel o aquella a quien está enseñando), por el contrario, en hacer que quien es llamado a enseñar algo, aprenda, para después, al comenzar a enseñar, seguir aprendiendo (Freire, 1987:5). Si bien es una de las formas más complicadas de encarar el futuro, es la que garantiza mayores resultados en beneficio de una mayoría de la población, convirtiendo a los estudiantes en futuros protagonistas del cambio.

La necesidad de ocuparse en la sensibilización del recurso humano es reconocida por la OMT (Organización Mundial del Turismo) que en su publicación "Turismo Sostenible y Gestión Municipal" afirma que ante la progresiva intensificación de la competencia entre destinos, esa tarea es una realidad de carácter estratégico y esencial para la conformación de productos turísticos competitivos (1999:141).

El mercado turístico es cada vez más exigente, por lo tanto el trabajo con recursos humanos resulta un elemento esencial a la hora de establecer las posibilidades para competir de los destinos turísticos sostenibles en un marco internacional progresivamente complejo y exigente en cuanto a las condiciones en las que se desarrolla el negocio turístico (OMT, 1999: 141).

Asimismo en la publicación "Desarrollo Turístico Sostenible", se considera importante explicar las formas en las que los residentes pueden beneficiarse, directa o indirectamente del turismo y generar una conciencia comunitaria de protección ambiental de zonas naturales, conservación de los sitios históricos o arqueológicos, artes y artesanías tradicionales y calidad medioambiental (OMT, 1999:156)

Figueroa, analizando el turismo como actividad social reconoce que la formación de recursos humanos idóneos para operar el sistema turístico, forma parte importante del turismo, pues permite una inserción en el mercado laboral, y en lo cultural propicia el conocimiento, la presentación y el desarrollo de los aspectos culturales del país, para lo cual es necesario la preparación del personal (2004: 5).

En estos tiempos, en que existe una indudable tendencia a la globalización y en que los cambios tanto culturales como tecnológicos son cada vez más rápidos, resulta imperioso el tener una capacidad de adaptación que esté acorde a la velocidad del cambio. Esto implica que para todos los sectores, incluyendo al sector turismo, estas nuevas tendencias tienen consecuencias relevantes tanto su investigación así como también en su gestión, operación y sin lugar a dudas en su enseñanza, generando una visión amplia del sector, que encamine a gestionar de manera adecuada e integral con un criterio largo placista al turismo, resulta una tarea fundamental (Loreto, 1998:3)

La gestión del impacto ambiental y cultural debe hacerse siempre con criterios de participación de la comunidad local en la dinámica turística, de forma que ésta sienta suyo el desarrollo de la nueva actividad, comprenda de qué se

trata, participe en las decisiones y se beneficie del turismo. Nuevamente el papel de sensibilización es fundamental a la hora de que esta estrategia tenga éxito.

En la Fundación para la Productividad - FUNDAPRO, se reconoce que la sensibilización también es importante en el impulso de una cultura emprendedora, pues a través de este proceso la sociedad puede mostrase más abierta, por que "construir una cultura emprendedora supone adoptar nuevos valores que privilegien y alienten la creación de riqueza y desechar los vigentes, centrados en la búsqueda de rentas y en las expectativas de réditos de corto plazo con el menor riesgo posible". Con un enfoque dirigido hacia la persona, la sensibilización supone la transformación del proyecto de vida hacia el emprendimiento (2005:166).

Por lo tanto los participantes del proceso deben estar concientes que podrán generar un cambio social a partir del desarrollo de valores, actitudes y habilidades para asumir una responsabilidad respecto a sus recursos naturales y culturales; además conociendo y entendiendo el proceso de la actividad turística, se planteen perspectivas de profesionalización y/o de crear negocios de calidad para un desarrollo sostenible. Al añadir a todo lo que ellos ya avanzan en las materias de colegio, información práctica y desarrollar una conducta creativa para, en un futuro lograr el combinado Productos - Servicios de Calidad – Atractivos Protegidos – Hospitalidad, inserten progresivamente al Municipio de Irupana en la oferta departamental y nacional.

1.3. METODOLOGÍA

Para determinar las acciones de manera pertinente a la realización del presente proyecto en el Municipio de Irupana, se diseñó un proceso de investigación no experimental transversal descriptivo, pues se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables, pues presentan un panorama del estado de una o más variables en un momento determinado. Su objetivo no es indicar cómo se relacionan las variables medidas. (Sampieri, 1996)

Se procedió de la siguiente manera:

ETAPA I: IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS

Para ésta etapa se utilizó el Árbol de Problemas, herramienta que permite determinar el problema principal a solucionar, a partir de la identificación de sus causas principales. Con éstas identificadas, es posible establecer los efectos.

ETAPA II: DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

Habiendo identificado los problemas, se procede a convertir esos problemas en objetivos, definiendo tanto el general como los específicos, estableciendo una relación lógica que muestra que al alcanzar los objetivos específicos se alcanza el objetivo general.

ETAPA III: ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA

Al definir los objetivos, se determinan las tareas que deben llevarse a cabo para alcanzarlos y por lo tanto darle solución a los problemas desde la raíz. En este caso existen 4 propuestas diferentes.

Transversalmente a las tres etapas se llevaron a cabo las siguientes tareas:

Investigación Bibliográfica

Esta tarea se enfoca a la búsqueda de información en fuentes secundarias, es decir, revisar todos los documentos posibles que justifiquen y sustenten el tema, que básicamente se enfocó a determinar conceptos, definiciones y líneas de acción de un adecuado proceso de sensibilización.

Este proceso significó la visita a bibliotecas (UMSA, Banco Central de Bolivia, Vicepresidencia de la República, MUSEF, Viceministerio de Turismo, Ministerio de Hacienda, FUNDAPRO, GM y Dirección Distrital de Educación de Irupana), en las que se hizo consulta de libros, revistas, leyes, PDM's, investigaciones del sector, proyectos de grado y Currículas de las materias, así como páginas de Internet especializadas.

Investigación de Campo

La investigación de campo consiste en el reconocimiento del área de estudio, en este proceso se hace la recolección de informes actuales del desenvolvimiento económico, social, cultural y ambiental, información que ayudará a comparar y fidelizar la revisada bibliográficamente, así como verificar los problemas descritos en el Árbol de problemas.

En este sentido se realizaron 7 viajes al municipio (5 al sector Irupana y 2 al sector Illimani), en los dos primeros para conseguir los permisos correspondientes tanto del Gobierno Municipal como de la Distrital de Educación para la realización de las encuestas en los establecimientos, y la realización de la prueba piloto. Los posteriores cinco para la aplicación de las encuestas en los establecimientos con el nivel secundario, que por lo cierto, están dispersos.

Por otro lado también se hace uso de fuentes primarias, lo que ayuda a aclarar y ampliar más la visión sobre el presente tema. Como se mencionó, se utilizó la encuesta como instrumento dirigido a 62 estudiantes de secundaria del municipio en los establecimientos educativos, obteniéndose este dato según fórmula de muestreo probabilístico:

$$n = \frac{Z^2pqN}{Ne^2+Z^2pq}$$

En donde:

Z= nivel de confianza

N= Universo

p= probabilidad a favor

q= probabilidad en contra

e= error de estimación

n= tamaño de la muestra

Remplazando los valores se obtiene el siguiente resultado:

$$n = \frac{(1.65)^2 (0.5)(1-0.5)(670)}{(670)(0.10)^2+(1.65)^2(0.5)(1-0.5)} = \frac{453.93}{7.3806} = 61.51 = 62$$

1.4. OBJETIVOS

GENERAL

Diseñar un programa de sensibilización turística para desarrollar actividades respecto al patrimonio cultural, medioambiente y emprendedurismo en estudiantes de secundaria del Municipio de Irupana.

ESPECÍFICOS

- √ Seleccionar contenidos relativos al turismo adecuados para su utilización en el aula por los profesores del nivel secundario.
- √ Identificar temáticas relacionadas al patrimonio cultural local para promover su conservación.
- √ Incluir temas sobre las características fisiográficas locales y problemáticas ambientales del municipio.
- √ Describir contenidos que aporten a la estimulación de emprendimientos de los estudiantes en el desarrollo de las materias.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2. 1.SENSIBILIZACIÓN

A efectos del presente proyecto se entenderá la sensibilización como un "conjunto de acciones que pretenden influir sobre las ideas, percepciones, estereotipos, conceptos o actitudes de las personas y grupos, cuyo objetivo es aumentar el valor o importancia que se da a cualquier fenómeno" (Cachón, 2005: 8).

Entre las muchas acciones que pueden realizarse, resulta preciso el aprovechamiento de los espacios que brindan los establecimientos educativos para llevar a cabo procesos de sensibilización a través del desarrollo de contenidos temáticos relacionados a turismo, patrimonio y cultura emprendedora en las diferentes materias, pues se concentra una importante cantidad de personas que acceden a una formación continua, base para su futuro personal, con efectos positivos y negativos en su entorno, y para cuyo aprovechamiento y protección (presente o posterior) deben estar preparados. Los estudiantes como sujetos del conocimiento deberán tener curiosidad frente al objeto (turismo, patrimonio y cultura emprendedora), conocer el conocimiento existente (cuyos intermediarios serán los profesores) y crear nuevos conocimientos a través de las vivencias (Freire, 7:1987).

2. 2. TURISMO

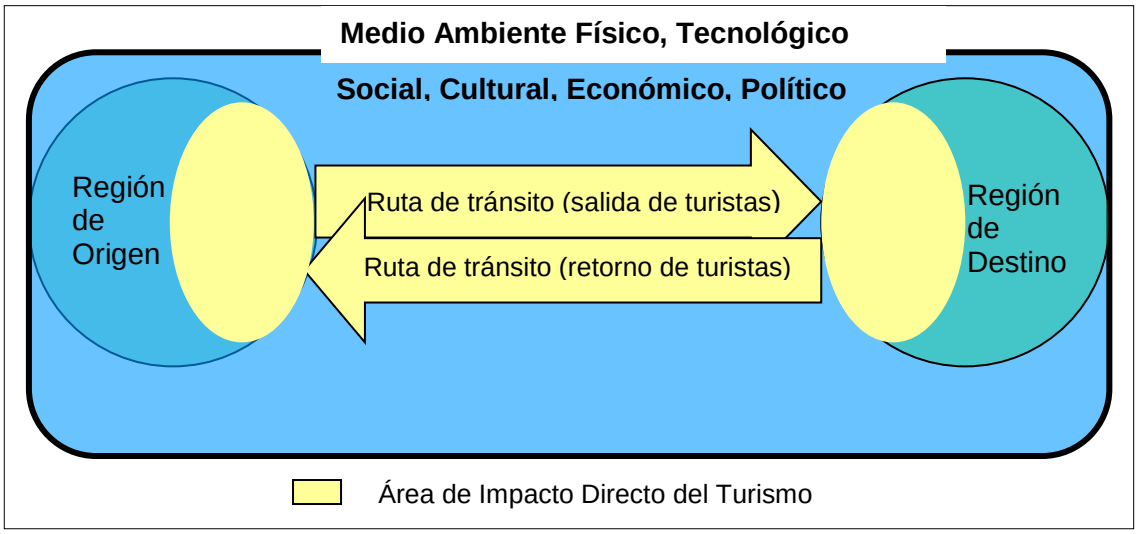
El turismo ha llegado a constituirse en un fenómeno complejo, que involucra gran cantidad de elementos diferentes entre sí, pero complementarios, razón por la cual muchos autores, entre ellos Lieper, Dionisio y Jiménez, entre otros, recomiendan su análisis desde un punto de vista sistémico, pues se tiene la ventaja de centrarse en relaciones y en procesos, con estructuras, funciones y formas resultantes, y no sólo en la descripción de características aisladas de cada componente.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) indica: "El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia y trabajo habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, de negocios y otros" (MALDONADO, 2006: 3).

En la Facultad de Estudios Empresariales y Turismo de la Universidad de Extremadura - México, definen el turismo como un "hecho económico que se da en un territorio dado, donde además, reside una sociedad que tiene sus

propias particularidades", en un intento de vincular los componentes, económicos, geográficos y sociales que hacen al turismo.

Desde ambos enfoques, y para fines del presente proyecto, se entenderá el turismo como: "Hecho económico resultado del desplazamiento temporal de personas a un territorio diferente al de su residencia y trabajo habitual, donde además, reside una sociedad que tiene sus propias particularidades" (Elaboración propia).



Fuente: Lieper (1995)

"Lo que se intenta, es una aproximación para entender al turismo como un sistema y por lo tanto, entenderlo más allá de la suma de eventos que tienen que ver con la satisfacción del turista y con la disposición de todos los medios disponibles para que ello sea posible. Se busca la identificación de componentes estructurales del sistema así como la definición de interrelaciones y escalas, con lo cual podremos avanzar en la comprensión de los procesos, que son a su vez dinámicos, complejos y con rasgos evolutivos. Se reconoce, finalmente, que intentar comprender y explicar la realidad refiere siempre procesos inacabados pero sucesivamente más completos en su comprensión." (Jiménez, 2000:6).

Al entender el turismo como un sistema dinámico, se reconoce con mayor profundidad la importancia del medio ambiente en su desarrollo y sus efectos sobre la población local. Esta deficiencia no ayuda a que potenciales destinos turísticos oferten sus productos de manera sostenible, mientras que los existentes, a costa de explotar productos maduros, encuentran límites a su crecimiento (Dionisio, 2001: 3).

2. 3. PATRIMONIO

El documento "Salvemos lo Nuestro" indica que el patrimonio de una nación lo conforman el territorio que ocupa, su flora y fauna, y todas las creaciones y expresiones de las personas que lo han habitado: sus instituciones sociales, legales y religiosas; su lenguaje y su cultura material desde las épocas históricas más antiguas. El patrimonio comprende los bienes tangibles e intangibles heredados de los antepasados; el ambiente donde se vive; los campos, ciudades y pueblos; las tradiciones y creencias que se comparten; los valores y religiosidad; la forma de ver el mundo y adaptarse a él. El patrimonio natural y cultural constituyen la **fuente insustituible de inspiración y de identidad de una nación**, pues es la herencia de lo que ella fue, el sustrato de lo que es y el fundamento del mañana que aspira a legar a sus hijos (PNUD/UNESCO, 1986: 5).

SEMA (Secretariado de Manejo del Medio Ambiente para América Latina y el Caribe), en su Publicación "La Gestión del Patrimonio Natural y Cultural de Uruguay", aportando en éste ámbito concluye que el concepto de patrimonio es amplio y complejo, puesto que deben incluirse un conjunto de elementos muy variados: naturales y culturales que hereda una persona, un grupo social, una nación, hasta la humanidad en su conjunto, en un momento histórico determinado. Esos elementos materiales y no materiales, naturales y creados por el ser humano, concretos e intangibles, desde la flora y la fauna hasta el vasto mundo de la Naturaleza inorgánica, desde los elementos materiales creados por el Hombre hasta las creaciones espirituales, intelectuales y emocionales, caracterizan una sociedad o un grupo social, y se manifiestan de múltiples formas: artes, letras, pero también creencias, tradiciones, valores, modelos de vida, maneras de ser, pensar y sentir (2003:5).

2. 4. CULTURA EMPRENDEDORA

De acuerdo con L. Lamolla, cultura emprendedora es el "conjunto de valores, actitudes y creencias que apoyan, dentro de una comunidad, el ejercicio de un comportamiento emprendedor" (FUNDAPRO, 2005:23).

Si bien el concepto de cultura emprendedora tiene origen en el término francés "entreprendre" (acción de iniciar algo o una cosa), se constituye en la raíz de la expresión anglosajona "entrepreneurship", que al castellano puede ser traducido como emprendedoriedad, emprendedurismo, emprendizaje, emprendedorismo, empresarialidad o empresarismo. Sin embargo, ante la resistencia de emplear términos "difíciles", surgen frases equivalentes como "cultura emprendedora", "espíritu emprendedor", "capacidad empresarial" o "capacidad de emprender" (FUNDAPRO, 2005:16).

"Emprender es: acometer, comenzar una obra, es una empresa, iniciar, hacer" (Valdez, 2005:5).

2.5 SENSIBILIZACIÓN Y TURISMO

En este caso se podría hablar de la actuación sobre las percepciones, ideas y actitudes para promover un cambio positivo que implique debilitar estereotipos, disminuir prejuicios y tratar a cada persona por su valor intrínseco, de manera recíproca entre visitantes y residentes. Posiblemente la sensibilidad hacia los visitantes sea una de las bases de la que se desprende el conjunto de oportunidades o barreras a la integración y participación local en el turismo.

La sensibilización posibilita y potencia todo el proceso de participación y actitud solidaria. Se trata de ir al encuentro del "otro", en este caso visitantes, lo que supone el acercamiento a una realidad distinta, a unos referentes y parámetros culturales que, en ocasiones, difieren en gran medida de lo que es considerado como habitual y común, (Puente, 1999:2), que sin llegar al servilismo se conduzca a una convivencia cordial (Luque, 2000:7).

Para hacer posible y viable de forma positiva este acercamiento a lo distinto, es necesario que la sociedad pueda percibir lo diferente como un elemento enriquecedor, y no como amenaza frente a lo establecido, puesto que el intercambio y la posibilidad de compartir supone una apertura social donde el respeto y la convivencia temporal entre residentes y personas de distintas procedencias, llegue a ser un elemento a tomar en cuenta en una sociedad que se presenta en constante cambio.

2.6. SENSIBILIZACIÓN Y PATRIMONIO

Al considerar que todo visitante se desplaza por que algún tipo de atractivo le ha llamado la atención, es substancial sensibilizar a la población residente respecto al patrimonio que es propio y del cual pueden obtenerse beneficios económicos, siempre y cuando exista un aprovechamiento sostenible de ellos.

Uno de los retos más grandes del siglo XXI, en este ámbito, es la de contribuir significativamente a construir una sociedad basada en el conocimiento, que afronte con eficacia y equidad los grandes problemas del mundo. Por una parte, para lograr en la sociedad una adecuada compresión de los desafíos futuros en materia ambiental, cualquier acción no debe limitarse sólo a la información sobre la naturaleza o la cultura. El resultado se presenta en dos manifestaciones: la participación ambiental y las conductas ecológicas responsables (Futuros, 2005: 6).

Para que se logre un cambio efectivo de rumbo hacia sociedades que tengan la dignidad humana y el respeto al ambiente como ejes, lo primero debe ser cambiar la manera en que nos proveemos de instrumentos para pensar y decidir. Si segmentamos lo "ambiental" como aspecto aislado, perdemos la noción de conjunto y, seguramente, la visión que buscamos construir (Futuros, 2005: 13).

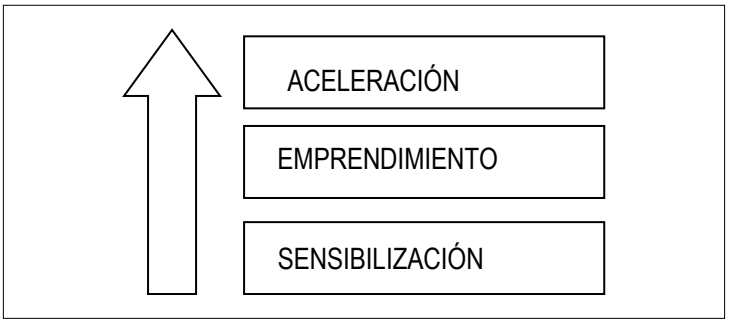
Sabemos que el medio ambiente es un patrimonio común de la humanidad, que estamos en la obligación de preservarlo, cuidarlo y entregárselo a las generaciones posteriores como lo hemos recibido nosotros de generaciones anteriores, aunque en el anterior siglo XX, como lo que llevamos de este siglo XXI hemos sido un poco descuidados e irresponsables (Futuros, 2005: 18).

2.7. SENSIBILIZACIÓN Y CULTURA EMPRENDEDORA

En la Fundación para la Productividad – FUNDAPRO, se proponen directrices para fomentar una cultura emprendedora, entre estas propuestas se presenta una cadena de formación de valor del emprendedor, que “puede ser considerada como la ruta crítica que debe seguir un emprendedor para nacer, crecer y consolidarse dentro de la

actividad a la que se dedica. Es decir, es el curso natural que seguirá una idea de negocios desde su concepción hasta lograr su crecimiento empresarial". La cadena estará compuesta por los siguientes eslabones:

CADENA DE VALOR DEL EMPRENDEDOR



FUENTE: FUNDAPRO, 2005

Sensibilización emprendedora, implica la generación de un ambiente empresarial propicio para la creación de empresas mediante actividades en los diferentes estratos de la sociedad y el Estado, sobre la importancia del emprendedor como motor del desarrollo social y económico.

Emprendimiento, comprende las tres fases que un emprendedor debe vencer para poner en marcha una idea exitosa: la identificación de una oportunidad de emprender, la formulación de esta idea en un plan de negocios coherente y la puesta en marcha del emprendimiento bajo una estructura empresarial.

Aceleración, implica el proceso de crecimiento y desarrollo de las empresas después de haberse establecido, con lo cual se busca altos niveles de productividad y competitividad para convertirlas de microempresas a PyMEs e incluso grandes empresas.

Al ser un hecho que los emprendedores no surgen ni hacen empresa por generación espontánea, existen tres áreas de acción que deben ser tomadas en cuenta, desde el ámbito estatal, al momento de diseñar políticas para fomentar el desarrollo de una cultura emprendedora: formación y capacitación, financiamiento e industria de soporte

2.8. TURISMO Y PATRIMONIO

L. Casasola, resalta que desde el punto de vista científico, en este caso la antropología, se reconoce que la cultura es el resultado de la interacción de la sociedad con el ambiente, que los elementos que constituyen el patrimonio cultural son testigos de la forma en que una sociedad o cultura se adapta y se relaciona con su entorno. La cultura y el medio están estrechamente relacionados: "la primera es una forma de adaptación al medio, si éste se transforma o modifica, la cultura también experimenta transformaciones, cambios o readaptaciones" (Casasola, 1998:32).

El entorno en el cual interactúa el turismo es de gran alcance, e incluye no sólo el suelo, el agua, el aire, la flora y la fauna, sino también los cambios que el hombre ha efectuado, como la historia y el patrimonio cultural (OEA, 1987:12).

Es de conocimiento general que las tendencias actuales de la demanda y las motivaciones de los turistas están cambiando, en esa perspectiva, la mirada de los grandes planificadores, aunque con motivaciones diferenciadas, empiezan a tomar en cuenta territorios y rasgos que anteriormente no eran considerados como recursos aptos para desarrollar el turismo. Son esas nuevas tendencias las que marcan que los nuevos productos se encuadren en dos grandes paquetes altamente vinculados: medio ambiente físico (la naturaleza) y medio ambiente cultural (patrimonial – identitario). Estos elementos contribuyen a renovar los destinos de masas y a potenciar el desarrollo del turismo en muchas áreas a las que el clima y la geografía (no enmarcadas en el "sol y playa") no ayudaron al turismo clásico, lo cual consumaba plenamente al sistema turístico como máximo representante de los movimientos globalizadores.

"Cultura y naturaleza, presentadas a modo de paisajes conjuntos o disociados, segmentados como historia, monumentalidad, etnografía, fauna, arquitectura, arqueología, flora, gastronomía... así con un orden algo caótico, han dinamizado el sistema. Con las nuevas tendencias de turismo, además de las modas y estilos de vida que le acompañan, se logran ofertar una serie de manifestaciones culturales caracterizadas por su atemporalidad, sin estar aparentemente sujetas a ningún espacio y hallarse agregadas a grupos humanos o sociedades más virtuales que reales. En su globalidad, el turismo se constituye como un sistema que abarca diversos procesos de interacción en los que se *encuentran* involucrados un amplio espectro de agentes (población local, potenciales turistas, turistas, trabajadores foráneos, empresas, macro empresas...) y un no menos amplio abanico de espacios cargados de significados y simbolizaciones" (Horizontes Antropológicos, 2001: 18).

Ante la necesidad de responder a las actuales tendencias, son cada vez más los destinos interesados en desarrollar productos turísticos de mayor calidad y están haciendo más hincapié en el medio ambiente y en la cultura de la localidad visitada. Además, "las autoridades del sector del turismo tienden a centrar su atención en la necesidad de fomentar la sostenibilidad, basándose en la preservación de los recursos de cuyo éxito depende. Los lugares turísticos se preocupan por ser compatibles con el medio ambiente, tanto en su estado natural como en las estructuras construidas por el hombre" (OEA, 1997:6).

"Patrimonio y turismo, son altamente compatibles, la interdependencia entre ambos elementos es inevitable. Esta sinergia produce condicionamientos e influencias recíprocas. El sector turístico supone una fuente de riqueza y de beneficios positivos sobre el entorno económico-social, al favorecer la elevación del nivel de vida de la zona así como facilitar los intercambios y contactos culturales. Igualmente favorece la conservación del entorno patrimonial, medioambiental y urbanístico al poder contribuir a este objetivo las rentas que genera. Por otra parte, no debe

descuidarse el hecho que el turismo puede generar efectos no deseados sobre los recursos de carácter patrimonial o socioeconómico" (López, 2006: 28).

2.9. TURISMO Y CULTURA EMPRENDEDORA

A través del análisis de términos como administración, misión, empresa, recursos, emprender, entre otras, se comprenderá el marco general de referencia que guían a un negocio en su funcionamiento, a definir los valores que lo sustentan, la confianza que tiene en sí mismo y lo que el negocio se propone alcanzar. Comprender que el emprender un pequeño negocio es parte fundamental de inicio de aprendizaje para avanzar en el desarrollo de una comunidad (Valdez, 2005:8).

El turismo, al constituirse en un sistema complejo, uno de sus elementos básicos son los productos y servicios puestos a disposición del turista, para cuya venta o prestación, se hace uso del patrimonio. En muchas ocasiones, tal vez el caso boliviano, el entorno suele mostrar muchas limitaciones a cualquier emprendimiento, sea de características privadas o comunitarias; sin embargo, los emprendedores juegan un rol muy importante en la sociedad, pues por su creatividad pueden "provocar desequilibrios de oferta y demanda y son estos cambios los que, al crear nuevas fuentes de riqueza, impulsan el crecimiento de la economía" (FUNDAPRO, 2005: 27). Aplicando este apartado a lo que es el turismo, y ante las nuevas tendencias de la demanda, se concluye que, más allá de las limitaciones, existen potenciales espacios que pueden formar parte de la formación de una cadena de valor emprendedora, creando nuevas formas de aprovechamiento (sostenible) del patrimonio y de esa manera impulsar el crecimiento del turismo como actividad dinamizadora de la economía local.

2.10. PATRIMONIO Y CULTURA EMPRENDEDORA

El temario sobre turismo internacional de la década de los noventa presenta algunos cambios profundos para todos los que participan en el sector. El consumidor de turismo de estos últimos tiempos, exige una mayor calidad en los productos turísticos, más variedad y más flexibilidad en sus viajes (OEA, 1997:6). El garantizar esa satisfacción implica mayor utilización del patrimonio del cual el turismo depende.

Desde ese punto de vista, surge la concepción de valorización como el proceso de establecer el valor de algo, incluyendo lo monetario, es en este sentido que se ha usado la palabra "recursos" (naturales o culturales) en general. En este punto la filosofía que se adopta considera, siguiendo los lineamientos planteados por UNESCO (1998) que: el patrimonio (natural y cultural) puede ser visto como un "recurso" si su valorización apunta al florecimiento de la existencia humana en todas sus formas y como un todo, siendo este el *fin* y no visto sólo como un *medio* de crecimiento económico específicamente. A partir de allí se considera al patrimonio natural y cultural como fuentes potenciales de riqueza, crecimiento y ***desarrollo*** para las comunidades locales, nacionales y a nivel internacional, tanto espiritual como material. Así, los pasos a seguir en el camino de la "valorización" del patrimonio con miras al desarrollo productivo y sostenible del turismo, deben incluir a todos los sectores interesados y atender a sus

necesidades, expectativas y puntos de vista. Esto implica reconocer la pugna de intereses que se pueden presentar en el proceso y la necesidad de buscar caminos de consenso para superarlas (SEMA, 2003: 6).

Los beneficios que se derivan de la relación turismo – patrimonio provocan que ambos ámbitos tengan objetivos económicos comunes. La conservación de los recursos patrimoniales y su proceso de transformación en producto turístico, son un incentivo para la revitalización de la identidad cultural a nivel regional, nacional e internacional. El mercado turístico necesita los recursos patrimoniales para el desarrollo de novedosos productos. Dichos productos buscan aumentar el valor de la experiencia turística (López, 2006: 28). El hecho de buscar nuevas maneras de hacer uso del patrimonio, de llevar a cabo nuevas actividades implica desafíos que sólo pueden ser llevados a buen término con un espíritu emprendedor.

CAPÍTULO III DIAGNOSTICO

3.1. DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO

CUADRO N° 1 ASPECTOS ESPACIALES

3.1.1. ASPECTOS ESPACIALES	UBICACIÓN GEOGRÁFICA: Provincia Sud Yungas, Sudeste del Departamento de La Paz		
	Latitud:		16º15' y 16º45'
	Longitud:		67º10' y 67º50'
	Distancia:		135 km desde La Paz
	Extensión:		1.365 Km^2
	Límites	Norte:	Municipios de Yanacachi, Chulumani, Asunta
		Este:	Municipio de Inquisivi (Prov. Inquisivi)
		Sur:	Municipio de Cairoma (Prov. Loayza)
		Oeste:	Municipio de Palca (Prov. Murillo)

Fuente: PDM 2006-2011

3.1.2. Aspectos fisiográficos

3.1.2. 1. Pisos ecológicos

Es importante considerar que la población está acostumbrada a utilizar el término "soy del sector Illimani" o "soy del sector Irupana", para definir su población origen, esto se a dado como consecuencia de la enorme distancia que existe entre las comunidades de ambos sectores.

CUADRO N° 2: ZONIFICACIÓN FÍSICO – NATURAL

Región	Piso ecológico	Comunidades

Sector Irupana	**Yungas medio** Es el área de mayor presencia humana por su clima favorable, las lluvias son más frecuentes por la existencia de bosques nublados en partes altas; las temperaturas son cálidas durante el día y frescas en el transcurso de la noche. En éstas inmediaciones la actividad agrícola es preponderante, con una presencia elevada de barbechos abandonados o en descanso.	**Cantón Irupana**: Carpani Rosariuni, Yanatha, La Avanzada, Sascuya, El Palmar, Phuri Chiñani, Thia Huayrapata, Isquircani, Barbecho, Uyuca, San Juan Mayo, Chica Duraznuni, Chica Choropata, Machacamarca, Colipampa, Pahuata, Tambo Cueva **Cantón Chicaloma**: Maticuni, La Joya Imicasi, Imanacu, Calvario, Huariscallo, Churumata, Chuila, Colpamayo, Alto Tocoroni, Bajo Tocoroni, Monte Tambillo, Villa Trinidad **Cantón La Plazuela:** Lavi Chico, Lavi Grande, Siquiljara, San Jorge, Suruphini, Alto Cieneguillas, Chaqahuaya, Charvina, Porotoco, Pola, Puvara, Vila Vila, Iquirongo, Cieneguillas
	Yungas bajos La región colinda con La Asunta y Miguillas, las temperaturas son más cálidas y el clima es húmedo; en ésta la flora y fauna son muy diversas, existiendo además la influencia del río Bopi y otras fuentes de agua.	**Cantón Laza:** Río la Banda, Río Nogalani, Tablería Baja, Tablería Alta, Villa Churubamba, Valle Hermoso, Villa Belén, Silala, Chaupi, Yabalo, Yalica Leuca, Thaco, Santa Ana, Yuni Grande, Uquina Huayruru **Cantón Victorio Lanza:** Tejada Sorzano, Huiri, Nogalani, Alto Villa, San Antonio, Huiri Lanza, Huiri Esmeralda, Llojeta, Lejna, Unión Huari, Villa Primero de Mayo
Región	**Piso ecológico**	**Comunidades**
Sector Illimani	**Cordillera** Caracterizado por la presencia de los nevados Mururata e Illimani, su altitud varía entre los 3.500 a 6.000 m.s.n.m (pico del Illimani), presenta un clima frígido donde la presencia de nubes es permanente en la mayor parte del año, lo que implica que existe un aporte significativo de agua a las sub cuencas de la región.	**Canton Tres ríos:** Bolsa Negra, Totorapampa, Iquico, Kañhuma, Tres Ríos) parte del cantón **Cantón Lambate:** Totoral y Chuñavi
	Valles interandinos Es una franja intermedia entre los yungas y la cordillera, su altitud va desde los 2.500 a los 3.500 m.s.n.m. aproximadamente, el clima es levemente frígido pero más templado a medida que se desciende hacia los yungas, presentando además estaciones del año muy marcadas.	**Cantón Lambate**: Lambate, Santa Rosa, Chiltuhuaya, Chirucachi, Yayhuati y Quiricoma **Cantón Pariguaya :** Pariguaya, Apinguela y Curihuati **Cantón Taca**: Taca, Tonko Phujo, Kakani, Quilambaya y Santiago de Taca

Fuente: PDM Irupana 2006-2011

3.1.2.2. Altitud

Las altitudes dentro el Municipio de Irupana comprende desde los 1300 a 6000 msnm.

CUADRO Nº 3 ALTITUDES

REGIÓN	LUGAR	MSNM	LUGAR	MSNM
SECTOR	La Plazuela	1300	**Irupana (Capital)**	**1885**
IRUPANA	Cieneguillas	1530	Pasto Grande	2550

SECTOR ILLIMANI	Paraguaya	2710	Chuñavi	3600
	Quilambaya	2900	Tres Ríos	3750
	Taca	3090	Bolsa Negra	3850
	Totoral	3300	Totoral Pampa	3930
	Lambate	3330	Nevado Mururata	5864
	Santa Rosa	3400	Nevado Illimani	6402

Fuente: PDM 2001-2005

3.1.2.3. Relieve

El territorio de la sección municipal presenta un relieve apto para la realización de actividades turísticas de aventura, los paisajes fisiográficos existentes son:

- ✓ Serranías altas: son moderadamente disectadas lo que permite formar valles estrechos con pendientes que oscilan entre el 3 al 70%.
- ✓ Montañas: paisaje común en el sector Illimani donde se localizan los nevados de la cordillera oriental formando en su recorrido desfiladeros y ventisqueros.
- ✓ Colinas altas y pie de monte: son mayormente laderas con microrelieves de ondulación suave con pendientes moderadas de entre el 8 al 30%.

3.1.3. Aspectos del ecosistema

3.1.3.1. Clima

3.1.3.1.1. Temperatura

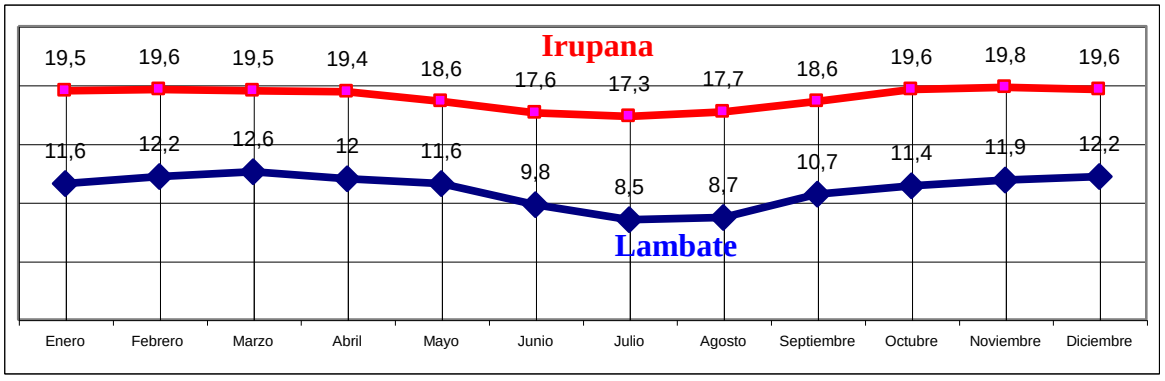
La temperatura ambiente entre ambas regiones es variada, en el sector Illimani el promedio anual es de 11.1ºC y en el sector Irupana 18.9ºC, siendo los meses más templados de Mayo a Agosto, meses relacionados con la temporada alta para el turismo receptivo.

CUADRO N° 4: TEMPERATURA ANUAL MEDIA, MÍNIMA Y MÁXIMA

Región	T (ºC) media	T (ºC) máxima	T (ºC) mínima
Sector Illimani (Est. Lambate)	11,1	18,5	5,1
Sector Irupana (Est. Irupana)	18,9	24,8	13

Fuente: Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología, SENAMHI

GRÁFICO N° 1: TEMPERATURA PROMEDIO MENSUAL (ºC)



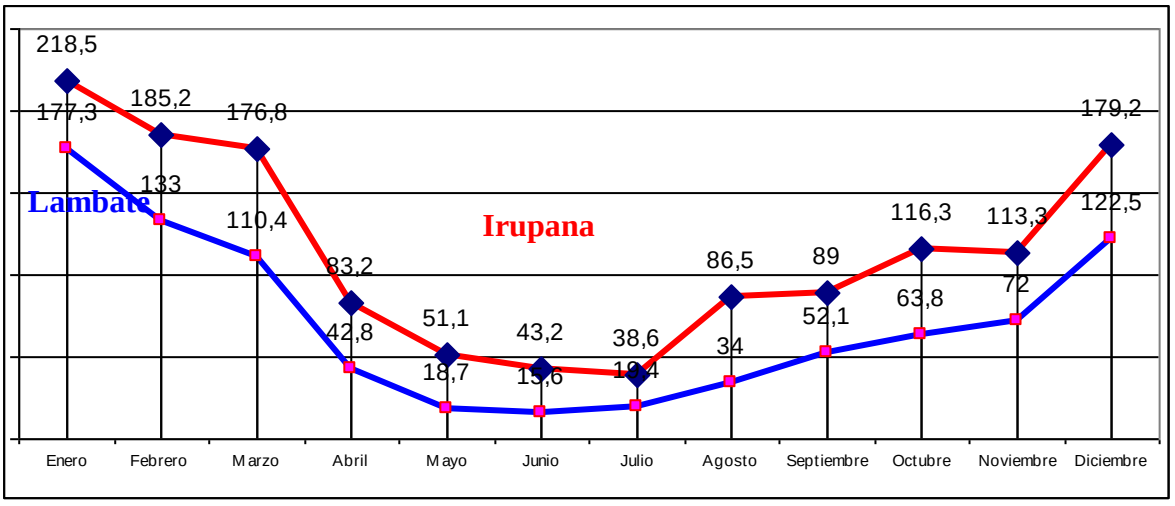
Fuente: Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología, SENAMHI

3.1.3.1.2. Precipitaciones Pluviales

La precipitación pluvial anual promedio en la sección es de 1046 mm, siendo mayor en el sector Irupana (1.380 mm) en comparación al sector Illimani (861.6 mm), en ambas regiones la mayor acumulación se presenta entre los meses de Diciembre a Marzo.

Es de conocimiento general el miedo que se genera respecto a viajes a la región de los yungas en la época de lluvias. Sin embargo, puede apreciarse que parte de la temporada alta para el turismo receptivo coincide con la época seca, de modo que se puede ofrecer mayor seguridad en los viajes hacia el municipio en esta época.

GRÁFICO N° 2: PRECIPITACIONES PLUVIALES IRUPANA Y LAMBATE (MM)



Fuente: Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología, SENAMHI

3.1.3.1.3. Inclemencias y riesgos climáticos

CUADRO N° 5 INCLEMENCIAS Y RIESGOS CLIMÁTICOS

	Sector Illimani	Sector Irupana
Vientos	En meses secos (Junio – Noviembre), ocasionalmente en épocas de lluvia (Diciembre – Marzo). Provocan encame (aplanado) de cultivos.	Producen daño a frutales con el derrame de flores, frutos y en ocasiones caída de los árboles.
Heladas	Meses de Mayo a Julio, con mayor intensidad en este sector.	No influye mucho en la región.
Lluvias	En ocasiones, lluvias torrenciales que descargan con gran intensidad en un periodo de tiempo muy corto, que generan mazamorras arrastrando sembradíos y huertos. Problemas en los caminos.	Problemas en los caminos.
Sequías	Más notorio en este sector por la menor presencia de vegetación.	Reducción de bosques nativos, que incide en la disminución de lluvias, en comparación de años anteriores.

Fuente: PDM 2001-2005

3.1.3.2. Flora

Por la diversidad de pisos ecológicos, la vegetación es muy diversa, en el siguiente cuadro se detallan las especies más importantes:

CUADRO Nº 6: FLORA DEL MUNICIPIO IRUPANA (PRINCIPALES ESPECIES)

Nombre común	Nombre científico	Uso local						Localización
		1	2	3	4	5	6	
Sector Illimani								
Muña o koa	*Satureja* sp.				x			En Taca, Pariguaya, Lambate, otros
Kanapko	N	x			x			En terrenos en descanso
Diente de león	N				x			Campo abierto y chacras
Chillca	*Bacharis* sp.				x	x	x	Bordes de chacras y campo
Andreshuaylla	N				x	x	x	Bordes de chacras y campo
Kacha Kacha	*Schinopsis haenkeana*	x			x	x	x	Bordes de chacras y bosque nativo
Chachacoma	N		x			x	x	Bordes de chacras y bosque nativo
Aliso	*Alnus* sp.		x			x		Bosques (Lambate, Taca y otros)
Keñua	*Polilepis* sp.		x			x		Presente en bosques nativos
Apenk'oya	*Passiflora* sp.			x				Bordes de chacras y bosque nativo
Penca (tuna)	*Opuntia* sp.			x				Bajíos y río Chungamayu
Orquídeas	Varias especies							Bosques nativos y bajíos
Khontupi	*Bromelia spp.*	x						Por todo el Municipio
Sector Irupana								

Cedro	*Cedrela* sp.		x				x	Faldas de Kasiri e Irupana
Nogal	*Junglans boliviana*		x				x	Bosques de Irupana, Laza y otros
Laurel	*Ocote* spp.		x					Bosques de Irupana, Laza y otros
Colo o chileno	Schinopsis brasilensis		x			x		Chungamayu y río La Paz
Tajna	N					x		Plazuela, Cieneguillas y otros
Charvina	N		x			x		Pajonales y bajios Taca y otros
Ceibo o cuñuri	N					x	x	Irupana, Curihuati y otros
Uña de gato	N				x			Bosques de Tablería y otros
Sauco	N					x		Bosques de Victorio Lanza
Sikily	*Inga* sp.					x	x	Irupana, Chicaloma, La Plazuela

FUENTE: PDM 2006-2011. 1 = Forraje, 2 = Utensilios y madera, 3 = Consumo, 4 = Medicina, 5 = Leña, 6 = Agroforestería.

Algunas especies, son utilizadas en sistemas agroforestales de la zona, en el caso del Sikily en asociación con cultivos de café en comunidades de los alrededores de Irupana. En el sector de Lambate, Taca y otros, algunas especies como la Chillca, Andreshuaylla, Chachacoma y otras, sirven de barreras rompevientos y evitan deslizamientos en alrededores de cultivos (PDM 2006-2011).

3.1.3.3. Fauna

Cada piso ecológico está representado por una diversidad de especies típicas, destaca la presencia de mamíferos (Jucumari, Puma, Taruja, Zorro y otros), aves (Cóndor, Águila, Uchi, kewi, loros y otros), reptiles (Víbora de cascabel, Lagartos, Culebras y otros), anfibios (varias especies de sapos), peces (nativos) e insectos (abejas domesticas y silvestres, mariposas y otros) que en la actualidad comienza a tomar importancia en la producción de miel y derivados (PDM 2006-2011).

Es también preocupante indicar que en la actualidad varias especies se encuentran amenazadas como el Gato de las alturas; por otro lado algunos mamíferos y aves, son considerados plaga por causar daños a la producción de cultivos hortalizas y frutales (PDM 2006-2011).

CUADRO N° 7: FAUNA DEL MUNICIPIO IRUPANA (PRINCIPALES ESPECIES)

Nombre Común	Nombre Científico	Lugares donde se encuentra	Estado Actual
Sector Illimani			
MAMÍFEROS			
Oso andino	*Tremarctus ornathus*	Kasiri, Santiago de Taca	Amenazada
Zorro	*Pseudalopex culpeus*	Chuñawi, Taca y otros	
Zorrino	*Conepatus chinga*	De Lambate a Taca	
Onza	*Puma concolor*	Monte de Sacapani	Amenazada
Gato de las alturas	*Felis colocolo*	Pariguaya, Santiago de T.	Peligro de extinción
Taruka	*Hipocamelus anticensis*	Laguna de Quilambaya	Amenazada

AVES			
Condor	*Vultur gryphus*	Taca, Lambate y otros	Amenazada
Suerte maria	*Phalcoboenus megalopterus*	Tres Ríos y Otros	
Choca	*Áulica ardesiaca*	Lambate y Tres ríos	
Lekeleke	*Vanelus resplendens*	Taca y otros	
Gallinazo	*Cathartes aura*	Pariguaya, Taca y otros	
Alcón (Juyku paca)	*Buteo* sp.	Lambate, Pariguaya	Amenazada
Cernícalo	*Falco peregirnus*	Taca y otros	Amenazada
Perdiz (Huayk'u)	*Rhynchotus rufescens*	Pariguaya, Taca y otros	
Perdiz (Ph'yso)	*Nothura darwini*	Taca y otros	
Huallata	*Chloephaga melanoptera*	Lagunas de Lambate	
Zambullidor	*Merganetta armata*	Chungamayu	Amenazada
K'okota	*Columba faciata*	Taca, Pariguaya y otros	
K'irki	*Bolborynchus aurifrons*	Pariguaya y Lambate	
K'irki	*Hapalopsitaca melanotis*	Taca y Paraguaya	
Lechuza (Chuseka)	*Otus albogularis*	Taca	
REPTILES (Valles interandinos)			
Culebra	*Tacchymenis peruviana*		
Yanapa	*Ni*		
Lagartija	*Liolaemus muliformis*		
Mulluth'uma	*Micorus* sp.		
Nombre Común	**Nombre científico**	**Lugares donde se encuentra**	**Estado Actual**
Sector Irupana (Yungas bajo y medio)			
MAMÍFEROS			
Tigrecillo	*Felis widi*	Tablería, V. Lanza, Laza	Amenazada
Qarachupa	*Didelphys marzupialis*	La Plazuela y otros	
Cabrilla	Mazama americana	Pajonales del Municipio	
Chancho de monte	*Tayasu tajacu*	La Plazuela, Laza y otros	
Sari	*Dasyprocta variegata*	Victorio Lanza y otros	
Q'irqui	*Dasypus novenccintus*	Montes de Irupana	
Maquila	*Eira barbara*	Pariguaya, La Plazuela	
AVES			
Coronchino	*Pheuticus aureoventris*	La Plazuela y otros	
Azulejo		Chicaloma, Laza, otros	
Pava	*Penelope montagnii*	Victorio Lanza y otros	
Uchi	*Psarocolius atrovirens*	Irupana, Laza, otros	
K'ewi	*Cyanocorax cyanomelas*	La Plazuela y otros	
Loro	*Aratinga mitrata*	La Plazuela e Irupana	
Loro	*Amazona mercenaria*	Laza, V. Lanza y otros	
K'irki	*Pyrrhura molinae*	V. Lanza, Laza y otros	
Tucan		Victorio Lanza y Laza	
Buho		La Plazuela	

REPTILES			
Vibora de cascabel	*Crotalus durisus*	Taca e Irupana	
Vibora fina	*Bothrops* sp.	Plazuela, V. Lanza	
Ch'urisiqui	*Dimarcon corais*	Cieneguillas. La Plazuela	
Lagartija	*Stenocercus sp.*	Sector Illimani	
Lagartija	*Ameiva ameiva*	Sector Irupana	
ANFIBIOS			
Sapo	*Bufo* sp.	Sector Illimani	
Sapo	*Telamatonius* sp.	Sector Irupana	
Rana verde	*Hyla andina*	Sector Irupana	

FUENTE: PDM 2006-2011

3.1.3.4. Suelos

3.1.3.4.1. Características Generales(PDM 2006-2011)

De acuerdo al PLUS del departamento de La Paz, el sureste del nevado Illimani (Sector Illimani), colindante con Luribay, corresponde a tierras de uso agrícola y frutícola extensivos, donde las pendientes son inclinadas a muy escarpadas, suelos muy poco a poco profundos, textura franco arenosos a arcillosos, de buena a regular fertilidad muy susceptibles a la erosión hídrica. El sector presenta procesos de erosión avanzado principalmente en áreas de intervención humana. En tal situación debe aplicarse tecnologías apropiadas como cultivos en terrazas, combinadas con plantación de árboles y uso de abonos orgánicos, además de técnicas de riego con bajo consumo de agua.

En el sector de Irupana, los suelos corresponden al tipo de uso agrosilvopastoril limitado, cuyos suelos son moderados a muy profundos, con una baja fertilidad a moderada fertilidad. Estas áreas tienen una fuerte presión agrícola, por ser aptos de texturas media y buen drenaje, pero con limitaciones en su utilización.

3.1.3.4.2. Zonas y grados de erosión

Es posible estimar que aproximadamente 3.565 Has. estan erosionadas; tanto en lechos de río como en bosques; la mayor causa de erosión es la deforestación que ha originado inclusive la perdida de ojos de agua y mazamorras donde el suelo es susceptible a la erosión hídrica. (PDM 2006-2011)

3.1.3.4.3. Prácticas y superficies recuperadas(PDM 2006-2011)

En áreas del Municipio, existen recursos arqueológicos como Pasto Grande, Ornuni, parte baja de Curihuati y otros importantes; que sirvieron como base para el desarrollo de la agricultura actual, donde es notorio el uso de prácticas de recuperación de suelos y manejo de cultivos en terrazas.

En pisos de Cordillera y Valles interandinos, no existen superficies recuperadas, pero existe un manejo agro ecológico a pequeña escala por los productores que se basa en el uso de algunos conocimientos ancestrales que se adecuan a la topografía de la zona que se van perdiendo con el pasar de los años.

En los Yungas medios y bajos, aún se percibe el uso de tecnologías precolombinas aplicadas al manejo de suelos, que se ha fortalecido en algunas comunidades con la aplicación de tecnologías de manejo ecológico que facilita la recuperación de los suelos

3.1.3.5. Recursos Hídricos(PDM 2006-2011)

3.1.3.5.1. Disponibilidad y Características

La influencia de los nevados Illimani y Mururata (cordillera oriental), permiten al Municipio contar con importantes fuentes de agua como ríos, lagunas (permanentes y temporales) y vertientes de agua que son utilizados por la población local para riego y principalmente en el consumo humano y animal.

Los cantones de Tres Rios, Lambate y Pariguaya, cuentan con importantes afluentes de agua dulce provenientes de los nevados en la parte alta, que les permite a poblaciones como Taca, Irupana y otras comunidades del Municipio abastecerse directamente de vertientes ubicadas en inmediaciones de bosques cercanos, los mismos que almacenan y aprovisionan este recurso.

En las partes bajas los riachuelos forman ríos de mayor caudal por la unión de afluentes, posibilitando su uso en el riego de hortalizas y frutales en comunidades como Apinguela, Curihuati, Cieneguillas, La Plazuela, etc.

CUADRO N° 8: FUENTES DE AGUA

NOMBRE	UBICACIÓN	DISPONIBILIDAD
Totorapampa	Totorapampa	Permanente
Arkata	Bolsa negra	Permanente
Kellhua Khota	Bolsa negra	Permanente
Laram Khota	Bolsa negra	Permanente
Uri Khota	Bolsa negra	Permanente
Arteza Khota	Tres ríos	Permanente
Huari Humaña	Tres ríos	Permanente
Wila Khota	Tres ríos	Permanente
Juri Khota	Tres ríos	Permanente
Alka Khota	Tres ríos	Permanente
Tranca pata	Kañuhuma	Permanente

Sumuseje	Lambate	Permanente
Kasiri	Lambate	Permanente
Calzado	Lambate	Permanente
Wara Warani	Lambate	Permanente
Alpacani	Lambate	Permanente
Perolani	Lambate	Permanente
Viscachani	Chiltuhuaya	Permanente
Tambillo	Curihuati	Permanente
Caballuni	Pariguaya	Permanente
Chiar Khota	Pariguaya	Permanente
Wara Warani	Quilambaya	Permanente

Fuente: PDM 2006-2011

Producto de los deshielos se han formado en el Municipio una serie de lagunas localizadas en el sector Illimani, siendo estas las siguientes:

- En la comunidad Bolsa Negra: Arkata, Kellhua kota, Laram Kota
- En la comunidad Tres Ríos: Arteza Pata, Huari Umaña, Wila Khota y Juri Khota
- Finalmente en Kañuhuma se localiza la laguna de Tranca Pata

3.1.3.5.2. Cuencas, subcuencas, ríos existentes

El Municipio de Irupana está delimitado por la cuenca del río La Paz con las provincias de Luribay e Inquisivi, del cual forman parte las subcuencas de Chungamayu, Jankho uma y Tamampaya.

CUADRO N° 9: CUENCA – SUBCUENCA – AFLUENTES

	SUBCUENCA	AFLUENTES
CUENCA LA PAZ	CHUNGAMAYU	Origen en los deshielos del Ilimani. Khelulunі, Muriqui, Chiltuhuaya, Balbilaya, Kuchu Jahuira (Sirena), Challiqui, Saenambaya, Tilacachi, Locolini, Colani, Kasiri, Rica Rica, San Juan, Molino. producto de los rebalses de las lagunas se forman ríos como el Viscachani (río Chiltuhuaya), Chiar Khota (río Jokho Pampa) ubicadas en alturas de Chiltuhuaya y Pariguaya, Wara Warani y Alpacani (río Rica Rica) en el sector de Kasiri.
	JANKHO UMA	Origen en las faldas del nevado Mururata. Rebalses de las lagunas Arkhata (Totorapampa) y Arteza Pata, forman el llamado río Khañuma, que al descender se une con los ríos Vaquería, Huayllani, Turíni, Khala Ciudad, Jacha Khaua, Chillkani, Cajón y otros (en este sector el río lleva el nombre de Susisa) que posteriormente desciende al sector de Puente Villa para formar el río Tamampaya.
	SOLACAMA	Delimita al Municipio de Irupana con Chulumani, en la partes altas (cerros Tantha Qipi, Tambillo, Chuxña Pata y Khara Kharani).

Fuente: PDM 2006-2011

CUADRO N° 10: COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

	SITUACIÓN
Suelos	Por el chaqueo gran parte del suelo queda descubierto y susceptible al arrastre de la capa fértil por el agua y viento. Las quemas incontroladas de bosques y pajonales, dan paso a un mayor riesgo de erosión que se facilita por elevada pendiente de la región. El uso del suelo de cuenta de se elevado empleo, sujeto a un fuerte proceso de desgaste, que tiende a erosionarse.
Aire	La generación de humaredas por el chaqueo en la región y otros provenientes del norte del departamento de La Paz en ciertas épocas del año provoca su concentración y contaminación con Dióxido y Monóxido de Carbono que no se evacuan fácilmente por la arrugada topografía de la región que impide el flujo libre de corrientes de aire.
Agua	La actividad minera en faldas del Illimani y Mururata genera contaminación de las aguas con mercurio, a medida que descienden van contaminando a su paso el suelo y la vegetación. Por otro lado la utilización de productos químicos en la actividad agrícola en partes intermedias del Municipio es otra fuente de contaminación, que por un incorrecto manejo de estos productos se depositan en diferentes fuentes de agua. La contaminación de la basura y excretas, los ríos en inmediaciones de centros poblados son utilizados para la deposición de los mismos; por otro lado el volumen de basura de origen plástico, gomas, vidrios y otros, es creciente lo que está generando un proceso adicional de contaminación ambiental.

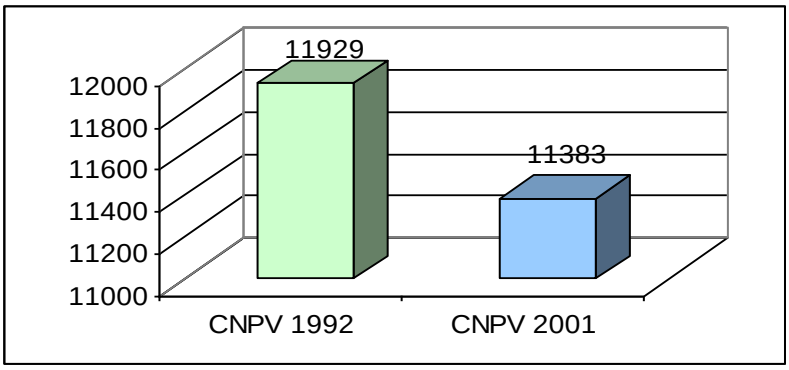
Fuente: PDM 2006-2011

3.1.4. Aspectos socio culturales

3.1.4.1. Población

La población del municipio en 1992 era de 11.929 habitantes, reduciéndose ésta el 2001 a 11.383 habitantes, según CNPV (Censo Nacional de Población y Vivienda del 2001).

GRÁFICO N° 3: POBLACIÓN DEL MUNICIPIO



FUENTE: INE, Censo Nacional de Población y Vivienda 2001.

Por cantones, Irupana posee la mayor cantidad de habitantes (3.152), seguido por Tres Ríos (1511) y Laza (1379) (CNPV 2001).La distribución de la población en urbana y rural es la siguiente:

CUADRO N° 11: POBLACIÓN URBANA Y RURAL (2001)

Canton	Urbana	Rural
SECTOR ILLIMANI		**3.773**
Tres Ríos	-	1.287
Lambate	-	1.406
Taca	-	648
Pariguaya	-	432
SECTOR IRUPANA		**7.610**
Victorio Lanza	-	907
La Plazuela	-	1.002
Chicaloma	-	1.077
Laza	-	1.407
Irupana	1.882	1335
Total	**1.882**	**9.501**
Total Municipio	**11383**	

Fuente: INE - CNPV 2001

La distribución de la población por grupos quinquenales indica que el 48.9% de los habitantes es menor a 30 años, las características de la población por edades es la siguiente:

CUADRO N° 12: COMPOSICIÓN ETÉREA DE LA POBLACIÓN

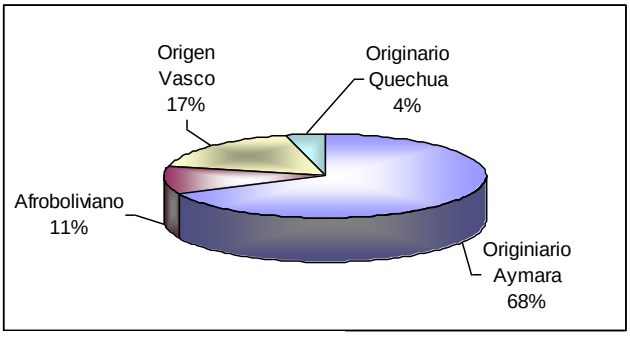
Grupo	Varones	Mujeres	Grupo	Varones	Mujeres
0 a 9 años	1482	1389	50 a 59 años	511	377
10 a 19 años	1219	1056	60 a 69 años	386	295
20 a 29 años	822	754	70 a 79 años	214	154
30 a 39 años	754	642	80 a 89 años	67	59
40 a 49 años	636	538	90 a 98 años	13	15
Total Varones	**6104**	**--**	**Total Mujeres**	**--**	**5279**

Fuente: INE - CNPV 2001

DENSIDAD DE POBLACIÓN

La superficie total de la segunda sección es de 1,365 Km^2 (PDM 2001-2005) y la población proyectada para el 2005 es 11.153 habitantes, por lo que se estima que la densidad poblacional es 8.17 habitantes por Km^2.

GRÁFICO N° 4: BASE CULTURAL DE LA POBLACIÓN



Fuente: INE - CNPV 2001

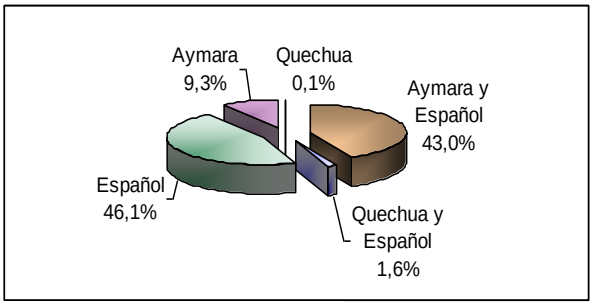
En lo relacionado a su origen cultural, una peculiaridad de la región es la existencia de población afroboliviana, como resultado de su

traída en la época colonial, asimismo existe población de origen aymará emigrante que se asentó en el municipio hace muchos años y habitantes quechuas que llegaron en el periodo de la relocalización.

Este hecho hace que el municipio presente una diversidad étnica que comprende a población afroboliviana, aymaras, quechuas y mestizos descendientes de españoles.

3.1.4.2. Idioma

GRÁFICO N° 5: IDIOMAS HABLADOS EN EL MUNICIPIO



Fuente: INE - CNPV 2001

El principal idioma hablado es el castellano (46.1%), en importancia está la población bilingüe Aymará – castellano (43%) y los habitantes que sólo hablan aymará, existiendo además población minoritaria que habla el quechua.

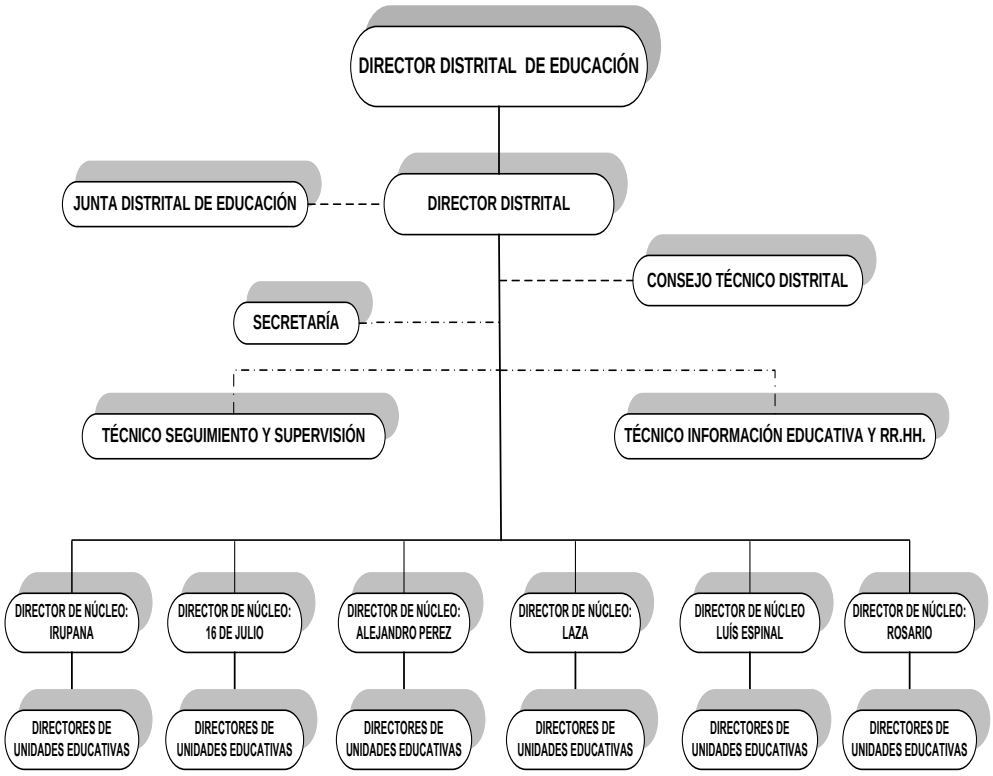
3.1.4.3. Educación

3.1.4.3.1. Educación Formal

3.1.4.3.1.1. Estructura Organizacional

El sistema educativo municipal está bajo responsabilidad de la Dirección Distrital de Educación, el sistema educativo municipal cuenta con ocho núcleos que agrupan a un total de 52 unidades educativas fiscales y 3 unidades privadas; la estructura institucional es la siguiente:

GRÁFICO N° 6: ESTRUCTURA INSTITUCIONAL DEL SISTEMA EDUCATIVO



Fuente: PDM 2006-2011

3.1.4.3.1.2. Características: Número y Tipo de Establecimientos

Según la Distrital de Educación existen 52 unidades educativas distribuidas en toda la sección Municipal, de las cuales veinte unidades tienen desde el nivel inicial a 5to básico y sólo ocho de 1ro a 4to de secundaria.

CUADRO N° 13 ESTRUCTURA INSTITUCIONAL EDUCATIVA

UNIDAD EDUCATIVA FISCAL	ÁREA DE FUNCIONAMIENTO	LOCALIZACIÓN	GRADO							
			Inicial	PRIMARIA						SEC
				1 - 3	4	5	6	7	8	1 - 4
NÚCLEO: IRUPANA										
Eduviges Vda. De Hertzog	UP	C. Merizaldi (Irupana)	X	X	X	X	X	X	X	
Santa Ana	R	Santa Ana		X	X					
Maticuni	R	Maticuni		X	X					

Yuni Grande	R	Yuni Grande		X	X					
Huariscallo	R	Huariscallo		X	X					
Agustin Aspiazu	UP	Irupana	X	X	X	X	X	X	X	
5 de Mayo	UP	Irupana		X	X	X	X	X	X	X
Chicaloma	UP	Chicaloma	X	X	X	X	X	X	X	X
Villa Trinidad	R	Villa Trinidad	X	X	X	X				
NÚCLEO 16 DE JULIO										
La Plazuela	R	La Plazuela	X	X	X	X	X	X	X	X
Pororotoco	R	Porotoco	X	X	X	X				
Siquiljara	R	Siquiljara	X	X	X	X	X	X	X	
Cieneguillas	R	Cieneguillas	X	X	X					
NÚCLEO: ALEJANDRO PÉREZ										
Isquircani	R	Isquircani	X	X	X	X	X	X	X	X
Chica Choropata	R	Chica Choropata	X	X	X	X	X			
Colipampa	R	Colipampa	X	X	X					
Machacamarca	R	Machacamarca	X	X	X	X				
Barbecho	R	Barbecho	X	X	X					
Huayrapata	R	Huayrapata	X	x						
San Juan Mayo	R	San Juan Mayo		X	X	X				
Río La Banda	R	Río La banda		X	X	X				
Rafael Pabon	R	Tableria Alta	X	X	X	X	X	X		
Churubamba	R	Churubamba	X	X						
NÚCLEO: LAZA										
Victor Centellas	R	Laza	X	X	X	X	X	X	X	
Thaco	R	Thaco	X	X	X					
Silala	R	Chaupi Silala	X	X						
Yabalo	R	Yabalo	X	X	X					
Victorio Lanza	R	San José de Llojeta	X	X	X	X	X	X		
Huiri Lanza	R	Huiri Lanza	X	X	X					
Chaupi	R	Chaupi	X	X						
Lejna	R	Lejna	X	X	X	X	X	X		
Alto Lejna	R	Alto Lejna	X	X						
Alto V.San Antonio	R	Alto Villa San Antonio		X	X	X	X	X		
NÚCLEO: LUÍS ESPINAL										
Iquico	R	Iquico	X	X	X	X	X	X	X	X
Chiltuhuaya	R	Chiltuhuaya		X	X	X				
Chuñavi	R	Chuñavi	X	X	X					
Santa Rosa	R	Santa Rosa	X	X	X	X	X			
German Busch	UP	Bolsa Negra	X	X	X	X	X	X	X	X
Totoral	R	Totoral	X	X	X					
Franz Tamayo	UP	Lambate	X	X	X	X	X	X	X	

TCNL. Rafael Pabon	R	Tres Ríos	X	X	X	X	X	X	X	X
Totorapampa	R	Totorapampa	X	X	X	X				
Cañhuma	R	Cañhuma	X	X	X					
15 de Agosto (**En Tramite**)	R	Bajo Ocobaya	X	X						
NÚCLEO: ROSARIO										
Pariguaya	R	Pariguaya	X	X	X	X	X	X	X	
Santiago de Taca	R	Santiago de Taca	X	X	X	X	X	X	X	
Chirucachi	R	San Miguel de Chirucachi	X	X	X	X				
Yayhuati	R	Yayhuati	X	X	X	X				
Curihuati	R	Curihuati	X	X	X	X	X			
Taca	UP	Taca	X	X	X	X	X	X	X	X
Quilambaya	R	Quilambaya	X	X	X					
Kakani	R	Kakani	X	X	X					

Fuente: Dirección Distrital UP = Urbano Provincial R= Rural

3.1.5. Aspectos socio económicos

3.1.5.1. Principales actividades económicas

3.1.5.1.1. Principales cultivos y variedades

En el sector Illimani la producción agrícola se diversifica a medida que se desciende desde el cantón Tres Ríos hasta Pariguaya; en el cantón Tres Ríos las comunidades se dedican más al cultivo de la papa, oca y

maíz; en cambio en Pariguaya y algunas comunidades de Taca se produce además arveja, haba, pimentón, locoto, vainita y tomate; los cuatro últimos son más cultivos de bajío; en cambio la papa y el maíz son cultivos del altío.

En el sector Irupana la producción es más diversa; en el bajío se cultiva coca, café, mango, cítricos, frutales, etc.; en cambio el altío se cultiva más maíz, maní, papa, amaranto, etc.

CUADRO N° 14: CULTIVOS PRINCIPALES

CANTON	CULTIVO							
SECTOR ILLIMANI								
Tres Ríos	Papa	Oca	Maíz					
Lambate	Papa	Haba	Arveja	Maíz	Trigo	Oca		
Pariguaya	Papa	Maíz	Arveja	Pimentón	Locoto	Tomate		
Taca	Papa	Maiz	Arveja	Vainita	Pimentón			
SECTOR IRUPANA								
La Plazuela	Coca	Café	Mango	Cítricos	Plátano	Papa	Mani	Maiz
Irupana	Café	Coca	Mango	Cítricos	Plátano	Frutales	Verduras	Papa
Chicaloma	Coca	Café	Citricos	Mango	Frutales	Maiz	Hortalizas	
Laza	Coca	Citricos	Café	Mango	Amaranto	Maiz	Verduras	Frutales
Victorio Lanza	Coca	Café	Citricos	Mango	Frutales			

Fuente: PDM 2006-2011

El desarrollo tecnológico difiere entre el sector Irupana y el sector Illimani, donde la producción es manual y el uso de maquinaria agrícola muy reducido; no habiéndose introducido técnicas mejoradas en la producción agrícola.

En el sector Irupana existe un mayor desarrollo tecnológico; producto del apoyo de distintas instituciones que han coadyuvado con la introducción del concepto de "producción ecológica", que se fortaleció con la incorporación del Municipio a la cadena de exportación del café y que ha generado en las comunidades un know how que les permite cumplir normas internacionales. (PDM 2006-2011)

3.1.5.1.1.1. Destino de la producción

En el municipio un importante volumen de productos son comercializados. El café es uno de los productos que mayor mercado posee, siendo el mayor acopiador de la región CORACA que realiza el prebeneficiado del producto para su exportación a Europa; ésta institución acopia además Miel de abejas, Amaranto, Maní y frutas de temporada que son transformados en turrones y mermeladas cuya producción se comercializa totalmente en la ciudad de La Paz. La producción de mango es otro de los

productos que en los últimos años ha incrementado notablemente su mercado, siendo La Plazuela uno de los mayores proveedores del mercado paceño, la coca es comercializada en el Mercado de la coca de la ciudad de La Paz o en algún caso vendida a comerciantes que llegan hasta los mismos cultivos. (PDM 2006-2011)

En el sector Illimani el maíz, haba seca, pimentón y las hortalizas son los productos que en mayor proporción se destinan a la comercialización; siendo el pimentón el producto que más ha incrementado su mercado. (PDM 2006-2011)

CUADRO N° 15: DESTINO DEL PRODUCTO (EN PORCENTAJE)

Producto	Venta	Autoconsumo	Semilla	Transformación
Café	99	1	0	0
Coca	99	1	0	0
Maní	85	3	12	0
Papa	40	30	16	14
Maíz	64	21	15	0
Cítricos	93	6	0	1
Plátanos	89	8	0	3
Mango	94	6	0	0
Haba seca	76	11	13	0
Pimentón	99	1	0	0
Cebada en berza	4	96	0	0
Promedio	**74**	**18**	**6**	**2**

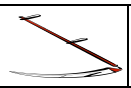
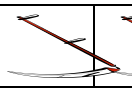
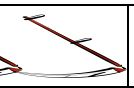
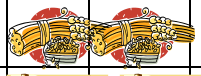
Fuente: PDM 2006-2011

3.1.5.1.1.2. Calendario Agrícola

El calendario agrícola para las diferentes actividades realizadas por los productores es similar en los cuatro cantones, de acuerdo a las características de cada cultivo se realizan distintas labores en cada uno de los meses del año. Las acciones que se llevan adelante en la gestión son los siguientes:

GRÁFICO N° 7 CALENDARIO AGRÍCOLA

Actividades	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Chupeo, Chaqueo y Quema												
Tronquear												

Chaqueo												
Siembra												
Roseado												
Deshierbe												
Cosecha												

Fuente: PDM 2006-2011

3.1.5.1.1.3. Organización de la fuerza de trabajo

La familia es el núcleo de trabajo, donde la participación de cada uno de los mismos adquiere una importancia relevante, y su aporte contribuye significativamente a la generación de ingresos propios; de acuerdo a la información recogida el padre es el que mayor tiempo destina a las labores pesadas como ser el chaqueo y la siembra, en el caso de la madre su participación se incrementa en el deshierbe y llega a ser predominante en la comercialización, más aun en el sector Irupana por las características de los cultivos, se llega contratar jornaleros para apoyar en las labores agrícolas. (PDM 2006-2011)

CUADRO N° 16 ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

ACTIVIDADES	PARTICIPACIÓN DE LOS MIEMBROS EN (%)			
	PADRE	MADRE	HIJOS	TOTAL
Chaqueo	85	10	5	100
Siembra	50	40	10	100
Deshierbe	40	50	10	100
Cosecha	40	40	20	100
Comercialización	5	90	5	100

Fuente: PDM 2006-2011

3.1.5.1.2. Producción Pecuaria

3.1.5.1.2.1. Características de la Crianza de animales

En el ámbito municipal la crianza de ganado vacuno es la más importante, siguiéndole la cría de aves de corral, ovino, porcino y llamas; por otro lado existe también, en menores proporciones, la cría de cabras, caballos y mulas (estos dos últimos para utilizarlos como animal de transporte). Por regiones, en el sector Illimani, la importancia de la crianza de ganado vacuno y ovino es mayor en comparación al sector Irupana, destacando por su importancia los cantones Pariguaya y Taca; por otro lado la crianza de ganado porcino no posee niveles expectables y se limita al autoconsumo; en el caso de las llamas destaca el cantón Tres Ríos por el elevado numero de familias que se dedica a la cría de este animal:

CUADRO N° 17: CRÍA DE ANIMALES

Cantón	Vacuno	Ovino	Porcino	Llama	Aves
Tres Ríos	16,7%	27,3%	7,7%	12,7%	10,8%
Lambate	43,6%	31,1%	14,1%	0,0%	24,1%
Pariguaya	77,4%	5,5%	17,7%	0,0%	38,7%
Taca	84,8%	27,3%	21,4%	0,0%	33,2%
La Plazuela	5,7%	0,0%	13,8%	0,0%	29,1%
Irupana	2,4%	1,0%	4,8%	0,0%	24,5%
Laza	17,6%	5,4%	7,8%	0,0%	27,5%
Chicaloma	9,8%	0,0%	11,5%	0,0%	24,8%
Victorio Lanza	13,7%	0,0%	12,6%	0,0%	27,9%
Promedio	30,2%	10,8%	12,4%	1,4%	26,7%

Fuente: PDM 2006-2011

En el sector Illimani para la crianza del ganado camélido y ovino se recurre a la utilización de las canapas, en el caso del ganado vacuno por la escasa vegetación del lugar se utilizan terrenos de barbecho y se complementa la alimentación con la provisión de cebada. (PDM 2006-2011)

En el sector Irupana para el ganado vacuno se recurre a pastizales naturales, se utilizan terrenos en barbecho y en algún caso praderas introducidas, por otro lado para la cría del ganado porcino y aves se complementa la alimentación con la utilización de la chala del maíz, haba, arveja y otros. (PDM 2006-2011)

CUADRO N° 18: DESTINO DE LA PRODUCCIÓN (EN PORCENTAJE)

Ganado	Autoconsumo	Venta	Trueque	Tracción
Vacuno	60	20	0	20
Porcino	82	18	0	0
Aves de Corral	73	23	4	0
Camélido	85	14	1	0
Ovino	72	27	1	0

Fuente: PDM 2006-2011

3.1.5.1.2.2. Organización de la fuerza de trabajo

La familia es la unidad sobre la cual gira la actividad agropecuaria, en el Municipio por sus características la madre ocupa un papel de elevada importancia en el pastoreo del ganado y es prácticamente responsable de su manutención, la participación de los varones es reducida.

CUADRO N° 19: ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

ACTIVIDADES	PARTICIPACIÓN DE LOS MIEMBROS EN (%)			
	PADRE	MADRE	HIJOS	TOTAL
Pastoreo	10	50	40	100
Sanidad animal	85	-	15	100

Comercialización	75	25	-	100

Fuente: PDM 2006-2011

3.1.5.1.3. Producción Artesanal y Agroindustrial

3.1.5.1.3.1. Principales productos

El potencial existente para desarrollar el sector artesanal es evidente tanto en el sector Illimani donde se cuenta con materia prima suficiente (fibra de camélidos y de oveja) y en el sector Irupana. (PDM 2006-2011)

Se ha identificado un mayor número de organizaciones en el sector Ilimani, donde en el cantón Tres Ríos con el apoyo de los Misioneros Redentoristas se han conformado asociaciones de mujeres capacitadas en pollerería, tejidos y macramé; en el resto de las comunidades existen esfuerzos individuales que han desarrollado capacidad en la elaboración de chompas, camas, chalinas, etc. (PDM 2006-2011)

CUADRO N° 20: ORGANIZACIONES ARTESANALES

COMUNIDAD	ORGANIZACIÓN	Productos	Materia Prima	Afiliados
TRES RÍOS				
Tres Ríos	CONTEXTO	Pollerería, tejidos y macramé	Tela y lana	21
Bolsa Negra	CONTEXTO	Pollerería, tejidos y macramé	Tela y lana	8
Totorapampa	CONTEXTO	Pollerería, tejidos y macramé	Tela y lana	6
PARIGUAYA				
Pariguaya	Familiar	Chompas y camas	Lana de oveja	Sin datos
TACA				
Tonco Phujo	Familiar	Camas, Mantas	Lana de oveja y madejas	Sin datos
Taca	Familiar	Chompas, camas y ponchos	Algodón, lana de oveja	Sin datos
CHICALOMA				
Maticuni	Familiar	Chompas	Lana	Sin datos
IRUPANA				
Sascuya	Familiar	Chompas y otros	Acrílico	Sin datos
LAZA				
Villa Churubamba	Familiar	Camas y Chompas	Lana	Sin datos

Fuente: PDM 2006-2011

La actividad desarrollada por las organizaciones es totalmente manual, la riqueza cultural se presenta como el principal componente de la producción; la totalidad de los productos elaborados son textiles con materia prima local lo que permite abaratar costos. La producción de las organizaciones existentes no se ha podido cuantificar por el carácter temporal que actualmente poseen, en el caso de las organizaciones de Tres Ríos aún están en proceso de capacitación y no han elaborado productos para algún mercado específico (PDM 2006-2011).

El trabajo artesanal es realizado mayormente por madres e hijas con ayuda ocasional de los papás; estas labores las realizan a la culminación de las labores agropecuarias, para el autoconsumo.

3.1.5.1.3.2. Producción agroindustrial (PDM 2006-2011)

La agroindustria en el municipio es resultado de esfuerzos privados (Industrias Irupana) y de un proceso de reflexión de las organizaciones campesinas en su búsqueda de mejores precios para sus productos que se ha conjuncionado para organizar la Corporación Agropecuaria Campesina – Regional Irupana (CORACA – RI).

En este rubro es posible distinguir tres tipos de organizaciones, cada uno con características diferentes pero con productos similares, estos son:

3.1.5.1.3.2.1. CORACA – RI (Corporación Agropecuaria Campesina Regional Irupana)

CORACA es resultado de un proceso de generación de valor agregado propuesto por la CSUTCB en la década de los 80 a nivel nacional, si bien no fue exitoso en el resto de los departamentos, en el Municipio, la regional Irupana tuvo resultados muy alentadores producto del apoyo y la coordinación del Gobierno Municipal, QHANA, y otras instituciones.

CORACA RI fue creada el 13 de octubre de 1984 a iniciativa de la Federación Regional Única de Trabajadores Campesinos de Irupana F.R.U.T.C.I. y la Federación Regional Única de Mujeres Campesinas de Irupana F.R.U.M.C.I., como una institución de carácter, económico - social sin fines de lucro; la misma está constituida por 33 CORACA´s Comunales de productores agropecuarios, debidamente asociados en la Corporación Agropecuaria Campesina Regional Irupana (CORACA-RI) y enmarcados en la producción ecológica para lo cual cuenta con técnicos agropecuarios que realizan el seguimiento a los cultivos.

Cuenta con una planta Agroindustrial ubicada en la localidad de Irupana en la que está instalada una planta beneficiadora de café, taller para la producción de mermeladas y para el procesamiento de la miel, complementariamente cuenta con una segunda planta de pre beneficio de café en la comunidad de Machacamarca; en la actualidad CORACA ha diversificado su cobertura de trabajo al área de servicios (estación de servicios de Gasolina y diesel Irupana) y turismo (Albergue Campesino y posada turística Chuila)

3.1.5.1.3.2.2. Industrias Alimenticias Irupana

"Industrias Alimenticias Irupana", es una institución de carácter privado que nació en marzo de 1988 en la localidad de Irupana bajo la dirección del Dr. Javier Hurtado. Producto del sostenido crecimiento de la empresa llegó a instalar una planta industrial en la zona Villa Fátima, de la Ciudad de La Paz,

abarcando con ello la producción de los departamentos de La Paz, Oruro, Cochabamba y Santa Cruz a través de una red de tiendas propias y consignatarias.

Cuenta con una cadena de tiendas de productos naturales y biológicos con una variedad de más de 150 productos de distinta naturaleza, tanto de carácter amazónico como andino con productos distribuidos en cinco líneas: cereales, productos apícolas, panadería integral, frutas y café.

3.1.5.1.3.2.3. Producción Artesanal Alimenticia

Existen productores locales que de manera independiente fabrican mermeladas, licores, carnes, y manjares de diferentes frutas, tanto en la población de Irupana como en sus comunidades. Generalmente el trabajo lo realizan las mujeres de la familia (madres e hijas) después de haber culminado las labores agropecuarias.

En CORACA e Industrias Irupana cuentan con mano de obra calificada en sus diferentes áreas los cuales son regidos por manuales de funciones y bajo dirección de personal especializado a la cabeza de una gerencia de planta.

3.1.5.1.4. Producción Minera (PDM 2006-2011)

El sector Illimani depende de la minería, la explotación es mediante la barranquilla, que se presenta en mayor proporción en comparación con las Cooperativas; en el primer caso la barranquilla (individual y rudimentaria) antes generaba desplazamientos de poblaciones enteras y participaba toda la familia en la explotación, pero en la actualidad sólo frecuentan los varones y en algunos casos las mujeres. En el segundo caso existen pocas Cooperativas en funcionamiento, entre las que destacan la Cooperativa 15 de Agosto, Bolsa Negra, Curihuati, entre otras.

CUADRO N° 21: MINERALES EXPLOTADOS

COMUNIDAD	Mineral	Tipo	Tiempo
TRES RÍOS			
Bolsa Negra	Oro	Cooperativa	Permanente
Tres Ríos	Oro	Cooperativa	Permanente
Totorapampa	Oro	Familiar	Temporal
	Wolfran	Familiar	Temporal
Cañhuma	Oro	Familiar	Temporal

Total	***4***	***Oro = 1.5 Kg/mes Coop.*** ***Promedio = 8.4 g/mes familia***	
LAMBATE			
Bajo Ocobaya	Oro	Cooperativa	Permanente
Totoral	Oro	Cooperativa y familiar	Permanente
Santa Rosa	Oro	Familiar	Temporal
Lambate	Oro	Familiar	Temporal
Chuñavi	Oro	-	-
Chirucahi	Oro	Familiar	Temporal
Yayhuati	Oro	Familiar	Permanente
Chiltuhuaya	Oro	Familiar	Temporal
Total	***7***	***Promedio:12.8 g/mes familia*** ***Oro = Coop. Sin datos***	
PARIGUAYA			
Paraguaya	Oro	Cooperativa y familiar	Permanente
Curihuati	Oro	Cooperativa y familiar	Permanente
Apinguela	Oro	Familiar	Permanente
Total	***3***	***Promedio: 10.8 g/mes familia*** ***Oro = Coop. Sin datos***	
TACA			
Taca	Oro	Familiar	Temporal
Tonco Phujo	Oro	Familiar	Temporal
Total	***2***	***Promedio: 7.2 g/mes familia***	
MUNICIPAL	***16***	***Promedio:9 .8 g/mes familia***	

Fuente: PDM 2006-2011

La explotación minera familiar es rudimentaria, los barranquilleros utilizan balayas para lavar el oro aluvial, barrenos, picotas y palas; con lo cual lavan las arenas del río en busca del metal. En el caso de las cooperativas existe una mejor tecnología y se utilizan palas, picotas, bombas de agua, perforadoras, generadores de luz, plantas beneficiadoras de mineral y dinamita para la extracción del mineral de las vetas.

3.1.5.1.4.1. Ferias y Mercados(PDM 2006-2011)

En el sector Irupana el sistema de comercialización del municipio gira en torno a dos ferias importantes: Irupana y Chulumani; el primero realizado desde el día Viernes al Domingo; y en el segundo caso los días Jueves y Viernes de cada semana.

A la feria de Irupana vienen comerciantes y mayoristas desde la ciudad de La Paz y Chulumani que compran parte de la producción local; y desde las comunidades llegan productos agropecuarios en pequeños volúmenes que son comercializados directamente por los productores.

La mayor parte de la producción del sector Irupana es trasladada a la ciudad de La Paz y El Alto donde es comercializada en tambos y ferias locales (16 de Julio, Mercado Rodríguez, Ceja de El Alto, etc.). En el sector Illimani no existen ferias relevantes por lo que toda la producción es trasladada a la ciudad de La Paz.

3.1.5.1.4.2. Principales Productos Comercializables (PDM 2006-2011)

En las ferias generalmente se comercializa productos en los cuales ha generado excedentes como el Café, Plátano, Maíz, Cítricos, Mango y otros frutos en la región Irupana; y Papa, Oca, Maíz, ganado vacuno en pie, carne y lana de llama en el sector del Illimani.

Por otro lado se demanda de los comerciantes productos alimenticios y víveres, productos industrializados, manufacturados y procedentes de otras regiones como ser víveres, prendas de vestir, utensilios del hogar, etc. llegan a la feria de Irupana desde la ciudad de La Paz.

Si bien las ferias se realizan semanalmente, los mayores volúmenes intercambiados se dan en la época de cosecha, que corresponde a los meses de Marzo, Abril, Mayo, Junio y Julio; variando el mismo de acuerdo al periodo de cosecha de los frutales.

Es importante indicar que por la elevada concentración poblacional de la localidad de Irupana, este centro urbano se ha convertido en un importante mercado, que se abastece de productos de las comunidades y de carne de la región del Illimani.

Los precios de los diferentes productos son variables, presentándose los más bajos en la época de cosechas por la elevada oferta de productos; sin embargo, se ha percibido que el precio de productos como el mango mantienen precios estables y sin mucha variación, finalmente el precio del café está en función del mercado internacional y el precio de la coca en función de la época de cosecha.

3.1.5.2. Transporte y acceso

Irupana es un centro importante de integración vial de la provincia Sud Yungas, el Municipio forma parte de las siguientes rutas:

- La Paz – Chulumani – Irupana
  - Superficie asfaltada: tramo La Paz – Cotapata.
  - Superficie de tierra: Cotapata – Chulumani – Irupana.
- A partir de la localidad de Irupana existen tres rutas importantes, estas son:
  - Irupana – La Plazuela – Cajuata: tramo de tierra.
  - Irupana – Río La Banda: tramo de tierra.
  - Irupana – Laza – Llojeta – San Antonio: tramo de tierra.
- Puente Maa – Thaco – Llojeta – Huiris – San Antonio (Cruce Asunta): tramo de tierra.
- La Paz – Palca – Lambate – Pariguaya – La Plazuela – Irupana: tramo de tierra.
- Apinguela – Taca – Quilambaya: tramo de tierra.

CUADRO N° 22: PRINCIPALES TRAMOS

Ruta	Longitud (Km)	Tipo	Estado
La Paz- Chulumani – Irupana	135	Prefectural	Regular
Irupana – La Plazuela – Cajuata	78	Prefectural	Regular
La Paz – Palca – Tres Ríos	31	Prefectural	Regular
Tres Ríos – Lambate – Taca	69	Municipal	Malo
Apinguela – Cieneguillas – Plazuela	82	Municipal	Regular

Fuente: PDM 2006-2011

3.1.5.2.1. Medios de Transporte

El sistema de transporte es atendido por diferentes sindicatos: 24 de Agosto y Trans Arenas se dirigen a la localidad de Irupana, el Sindicato Trans Rosario presta sus servicios al sector Illimani llegando hasta la localidad de Pariguaya, existiendo además flotas que prestan sus servicios a las principales localidades de esta región.

Existen también el servicio de taxis y minibuses que prestan sus servicios a la Localidad de La Plazuela (con mayor frecuencia) y a Chulumani (con menor frecuencia).

3.1.5.2.2. Acceso a las Comunidades (PDM 2006-2011)

En los últimos años el Gobierno Municipal ha realizado numerosos trabajos para mejorar la infraestructura caminera; sin embargo, por la topografía del municipio y las condiciones climáticas de la región surgen de manera permanente una serie de percances en las diferentes rutas, que afectan a las diversas actividades, entre ellas el turismo, destacando las siguientes:

- En comunidades en las que se ha realizado apertura de caminos, las rutas no cuentan con obras complementarias, como ser: alcantarillas, cunetas, etc. que permitan mantener los caminos en condiciones buenas y seguras, lo que genera un acelerado deterioro, principalmente en la época de lluvias.
- En carreteras troncales como la que une el sector Illimani con la ciudad de La Paz existe deficiencia en cuanto a puentes, cunetas en diferentes tramos, alcantarillas, los derrumbes son constantes; lo que ocasiona serios inconvenientes en época de lluvias, al punto de colapsar el sistema por semanas enteras.
- Algunas rutas poseen un ancho de vía reducido que impide transitar fácilmente.
- La apertura de caminos es muy costosa porque los suelos presenta tramos rocosos o en su caso son muy deleznables lo que encarece significativamente el costo de estas actividades.

En las comunidades donde no existe acceso vial, sus habitantes llegan a su destino a pie o en el mejor de los casos utilizando animales de carga; en las comunidades que viven cerca de ríos caudalosos la situación es más difícil porque el acceso a estas comunidades es prácticamente imposible en época lluviosa.

3.1.5.3. Servicios Básicos

CUADRO N° 23: SERVICIOS BÁSICOS

	CARACTERÍSTICAS
Agua Potable	El acceso al servicio de agua potable es del 48% que equivale a 1699 familias; de los cuales el 15% tienen acceso con instalaciones de agua potable en la propia vivienda y 561 tienen acceso por cañería pero con la instalación en el patio (es decir un 33%); el resto 1841 familias recurre a la utilización de pozos o acude a los ríos y vertientes para proveerse del líquido elemento. Por cantones Irupana y Lambate son los que tienen mayor acceso, en Irupana se enfrenta la dificultad del abastecimiento que no es continuo y que le obliga a racionar su distribución en los periodos secos (Agosto – Septiembre); similar situación ocurre en algunas comunidades donde existe el servicio.
Eliminación de Excretas	Los medios utilizados para la eliminación de excretas son el servicio de alcantarillado y letrinas con pozo ciego en algunas poblaciones, accediendo al servicio 1185 familias (24% de la población), por cantones el cantón Irupana concentra la mayor proporción del servicio (la localidad de Irupana) y Chicaloma que viene construyendo su sistema de alcantarillado en la actualidad, siendo las únicas poblaciones con acceso a este servicio.
Energía Eléctrica	El 43% de la población tiene acceso al servicio de energía eléctrica (es decir lo utiliza), si bien la red puede permitir un mayor acceso, muchas familias no lo utilizan por la falta de conexión o por no contar con recursos económicos; por cantones en Irupana y Tres Ríos existe la mayor cantidad de familias que utilizan el servicio; y en Pariguaya y Laza donde menor cobertura existe, el gasto promedio en energía eléctrica es del orden de 42 Bs/mes.

Fuente: PDM 2006-2011

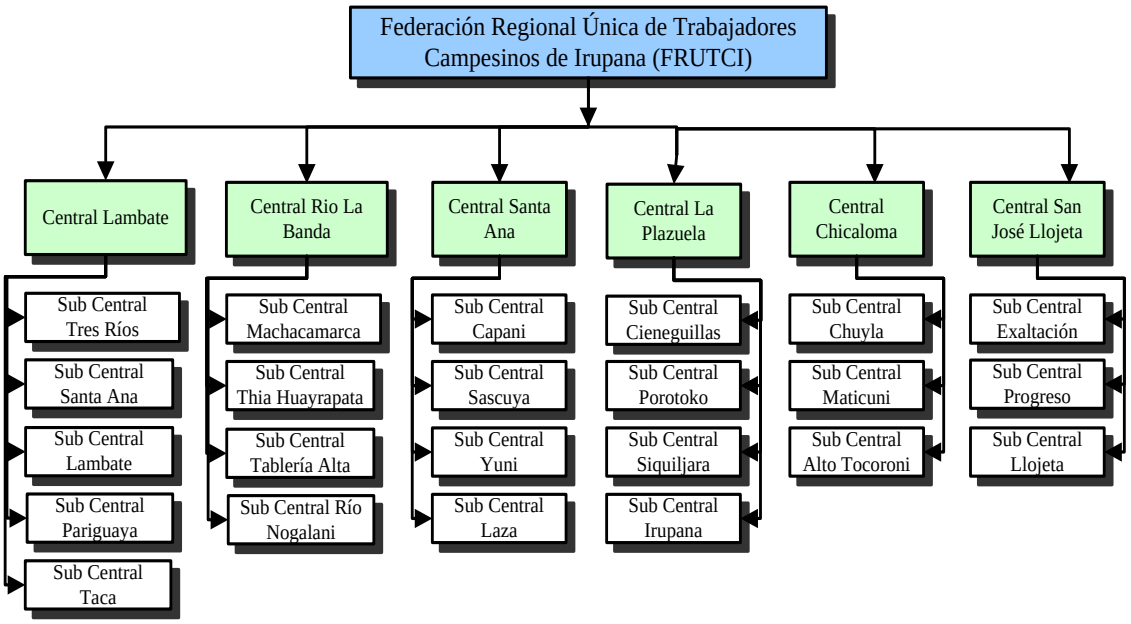
3.1.6. Aspectos organizativos institucionales (PDM 2006-2011)

3.1.6.1. Organizaciones Territoriales de Base

3.1.6.1.1. Centrales y Subcentrales Agrarias

Las comunidades están organizadas en la Federación Regional Única de Trabajadores Campesinos de Irupana (FRUTCI) y la Federación Regional Única de Mujeres Campesinas de Irupana (FRUMCI); la Federación está compuesta por seis Centrales Agrarias; cada una de ellas con un conjunto de Sub centrales que agrupan a las comunidades del municipio.

GRÁFICO N° 8: ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA FRUTCI



Fuente: PDM 2006-2011

Por otro lado, las comunidades del sector Irupana productores de coca están organizados en ADEPCOCA que es una instancia que agrupa a los productores del cultivo de coca.

3.1.6.1.2. Juntas de Vecinos

En las capitales de cantón la población está organizada en la Junta de Vecinos; en la ciudad de Irupana existe la Junta Central de Vecinos que agrupa a 4 Juntas vecinales de las zonas: Barrio Lindo, Central, Churiaca y Rafael Pabón), la junta de Vecinos está organizada a la cabeza del presidente de OTB, que es colaborado por un Directorio.

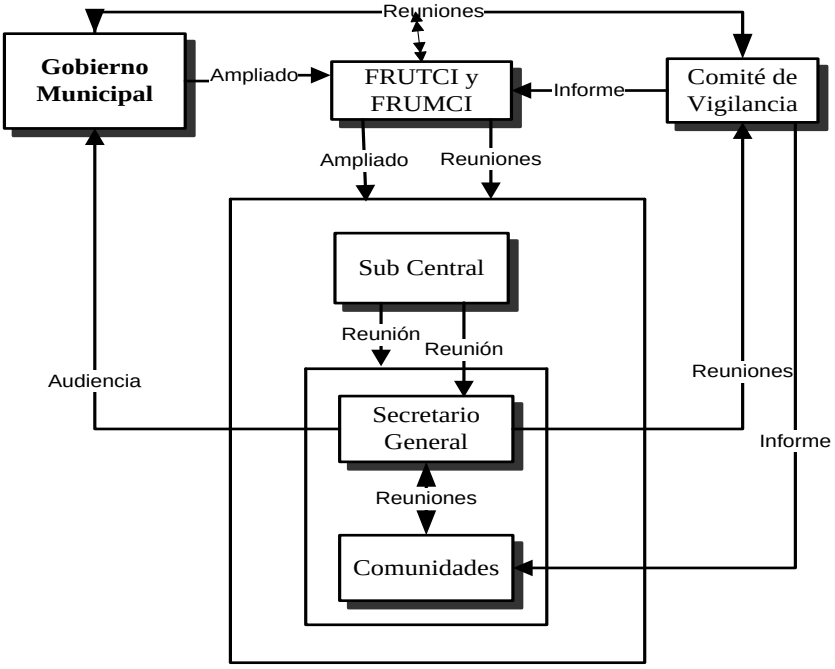
La Federación Regional Única de Trabajadores Campesinos de Irupana (FRUTCI), Federación Regional Única de Mujeres Campesinas de Irupana (FRUMCI) y ADEPCOCA, son las entidades sociales más importantes en el Municipio, los cuales tienen un gran poder de convocatoria dentro de la sección, siendo su instancia máxima de consulta el Ampliado Seccional, al cual asisten el directorio de los Sindicatos Agrarios y Juntas Vecinales. La gestión de los secretarios generales y presidente de las Juntas de Vecinos dura un año calendario desde el momento de su posesión, periodo después de la cual es remplazado de acuerdo a sus usos y costumbres de la región.

Es importante mencionar que la presencia de la mujer en el Sector Irupana es más marcada, ocupando diferentes cargos en los sindicatos agrarios, lo que no sucede en el sector Illimani donde recién se está fortaleciendo su participación.

3.1.6.1.3. Relacionamiento Institucional

Los mecanismos de relacionamiento entre las diferentes organizaciones e instituciones se detallan en el siguiente gráfico:

GRÁFICO N°9: Mecanismos de Relacionamiento



Fuente: PDM 2006-2011

3.1.7. Recursos Turísticos

En el Municipio de Irupana pueden apreciarse los siguientes recursos turísticos:

FICHA N° 1

Nombre:	Nevado Illimani
Categoría:	1. Sitios Naturales
Tipo:	1.1 Montañas y Cordilleras
Subtipo:	1.1.2 Picos/Nevados
Distancia (Km):	desde La Paz: 103
Características de Interés Turístico:	

El Illimani, alcanza una altura máxima de 6402 msnm, el segundo más alto (después del Sajama), y el segundo nevado más popular de Bolivia en cuanto a número de ascensiones (después del Huayna Potosí), requiriéndose normalmente 4 días desde La Paz para su escalada. El pico Sur es el más visitado, cuya ascensión no resulta difícil técnicamente en condiciones normales.
El acceso más habitual es por Estancia Una y Pinaya hasta Puente Roto (Campo Base). Con la habilitación de la carretera Pacuani - Pinaya, en dirección a Tres Ríos, el tiempo requerido para el viaje se reduciría hasta 2 ó 3 días.
Para cualquier actividad es necesario llevar ropa abrigada adecuada a condiciones extremas, equipo de andinismo, botiquín de Primeros Auxilios con medicamentos para el mal de altura.

Fuente:	CDTI Cordillera Real "Inventario de Recursos Turísticos" 2000
Imagen:	Propia

FICHA N° 2

Nombre:	Nevado Mururata
Categoría:	1. Sitios Naturales
Tipo:	1.1 Montañas y Cordilleras
Subtipo:	1.1.2 Picos/Nevados
Distancia (Km):	desde La Paz:
Características de Interés turístico:	
El Mururata, nevado majestuoso cuya cima alcanza los 5864 msnm. Su cara Norte, por el alejamiento de los caminos está practicamente inexplorada, la cara Sur da directamente al valle, lo cual permite caminatas de aproximación cortas y de gran belleza. La ladera Oeste está constituida por un glaciar de pendiente suave,	

idóneo para el esquí.

Fuente:	CDTI Cordillera Real "Inventario de Recursos Turísticos" 2000
Imagen:	Propia

FICHA N° 3

Nombre:	Población de Irupana
Categoría:	2. Patrimonio Urbano, Arquitectónico y Artístico Museos y Manifestaciones Culturales
Tipo:	2.2. Asentamientos Humanos
Subtipo:	2.2.2. Centros Poblados y Ciudades
Distancia (Km):	desde La Paz: 135
Características de Interés Turístico:	

Villa de Lanza o Irupana fué creado por D.S. el 1 de julio de 1899 y fué elevada a rango de ciudad por ley el 5 de diciembre de 1906. Está asentada en valles húmedos, semitropicales cubiertos de vegetación, campos de cultivos y huertas frutales tendidas en las serranías. Su principal actividad es la agricultura. El lugar preferido de paseo en Irupana es Churiaca, planicie despejada, ubicada en la parte superior del pueblo; otro lugar de paseo es el sendero que conduce al río La Planta. Puede visitarse también el Arco de la Virgen Dolorosa, el Museo Parroquial y el Cristo de Werner Kunzel. En el lugar se cuenta con infraestructura hotelera, restaurantes y otros. La época más recomendable para su visita es de abril a octubre (época seca). Se relaciona directamente con los caminos precolombinos de Pasto Grande, Chungamayu y con los ríos de Tamampaya y La Paz.

Fuente:	CDTI Cordillera Real "Inventario de Recursos Turísticos" 2000
Imagen:	www.visitbolivia.org

FICHA N° 4

Nombre:	Pasto Grande
Categoría:	2. Patrimonio Urbano, Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales
Tipo:	2.2. Legado Arqueológico
Subtipo:	2.2.3, Sitios o Conjuntos
Distancia (Km):	desde La Paz: 89
Características de Interés turístico:	

Pasto Grande, sitio arqueológico precolombino se encuentra al sur de Irupana y representa un complejo arqueológico de incalculable valor para los Yungas. Las construcciones arqueológicas tienen filiaciones principalmente tiwanakotas, también incaicas, se dividen en cuatro sectores. Existen 10 ciudadelas, las terrazas agrícolas abarcan 250 has., los sistemas de riego desde entonces se mantienen en muy buen estado y se tienen cerca de 20 caminos precolombinos. Es también sede de la celebración del Solsticio de Invierno cada 21 de junio. El Decreto Presidencial N° 23228 del 29 de Julio de 1992, del Pdte. Jaime Paz Zamora dicta la "Declaración como Monumento Nacional a la Zona Arqueológica de Pasto Grande".

Fuente:	CDTI Cordillera Real "Inventario de Recursos Turísticos" 2000
	Inventario de los Recursos Turísticos del Municipio de Irupana y su Puesta en Valor Turístico
Imagen:	www.udape.org

FICHA N° 5

Nombre:	Cerro Yanata
Categoría:	1. Sitios Naturales
Tipo:	1.1 Montañas y Cordilleras
Subtipo:	1.1.6. Lomas y Colinas
Distancia (Km):	desde La Paz: 140

Características de Interés turístico:
Este cerro es un mirador natural que se encuentra en la parte alta de Irupana y desde donde, en los días del festival se realizan los saltos en Parapente. Ofrece una amplia vista tanto de Irupana como de otras poblaciones.

Fuente:	CDTI Cordillera Real "Inventario de Recursos Turísticos" 2000
Imagen:	www.parapentesirupana.com

FICHA N° 6

Nombre:	Sendero Ecológico de Victorio Lanza - Llojeta
Categoría:	1. Sitios Naturales
Tipo:	1.5. Ríos y Caídas
Subtipo:	1.5.5. Cataratas, Cascadas, Saltos
Distancia (Km):	desde La Paz: 318
Características de Interés Turístico:	
Recorrido de aproximadamente 2 horas (caminata), se tiene una vista panorámica del Illimani y Jankho Uma, se llega a las cascadas de Agua Rica de aproximadamente 4 m. de altura, con la existencia de otra de 6 m más arriba, para subir se requieren de sogas, durante el ascenso se encuentra intermedio de las cascadas un salitral que sirve de alimento para los animales silvestres.	
Fuente:	Inventario de los Recursos Turísticos del Municipio de Irupana y su Puesta en Valor Turístico
Imagen:	www.parapentesirupana.com

FICHA N° 7

Nombre:	Río Solacama
Categoría:	1. Sitios Naturales
Tipo:	1.5. Ríos y Caídas
Subtipo:	1.5.10. Ríos
Distancia (Km):	desde La Paz: 135

Características de Interés turístico:
Se encuentra en la vía principal que conduce a Irupana. En esta región es posible darse un baño y nadar, pues sus aguas son claras, frescas y con poca corriente. A medida que va descendiendo, en la parte baja es posible practicar rafting y kayaking.

Fuente:	Inventario de los Recursos Turísticos del Municipio de Irupana y su Puesta en Valor Turístico
Imagen:	

FICHA N° 8

Nombre:	Población de La Plazuela
Categoría:	2. Patrimonio Urbano, Arquitectónico y Artístico Museos y Manifestaciones Culturales
Tipo:	2.2. Asentamientos Humanos
Subtipo:	2.2.2. Centros Poblados y Ciudades
Distancia (Km):	desde La Paz: 171

Características de Interés Turístico:
La Plazuela, actualmente es la principal población productora de mangos en la región yungueña, de cuya producción depende la economía de sus habitantes. Anterior al cultivo de mangos, ésta región era productora de caña destinada a la producción de alcohol, cuyo ciclo concluyó con la Reforma Agraria en 1952, quedando restos de la infraestructura de aquel entonces.

Fuente:	Inventario de los Recursos Turísticos del Municipio de Irupana y su Puesta en Valor Turístico
Imagen:	www.udape.org

FICHA N° 9

Nombre:	Área Arqueológica de Cerropata
Categoría:	2. Patrimonio Urbano, Arquitectónico y Artístico, Museos y Manifestaciones Culturales
Tipo:	2.2. Legado Arqueológico
Subtipo:	2.2.3. Sitios o Conjuntos

Distancia (Km):	desde La Paz:
Características de Interés turístico:	
En la parte superior se encuentran bases rectangulares y cuadradas de unas habitaciones en material de piedra cortada (pizarra) en un espacio de aproximadamente 250 m2. Al lado posterior de la parte baja y con dirección a la Provincia Inquisivi se encuentran restos de tacanas actualmente sin utilizar. Posiblemente servía como pukara (centro defensivo). Actualmente es un mirador panorámico.	
Fuente:	Inventario de los Recursos Turísticos del Municipio de Irupana y su Puesta en Valor Turístico
Imagen:	Propia

FICHA N° 10

Nombre:	Población de Chicaloma - Asentamientos Afroyungueños
Categoría:	3. Etnografía y Folklore
Tipo:	3.1. Grupos Étnicos
Subtipo:	
Distancia (Km):	desde La Paz: 139
Características de Interés Turístico:	
La población de Chicaloma data de la época colonial, caracterizada por sus habitantes descendientes africanos. Sobresalen las tradiciones festivas, entre ellas destaca la danza y música de la saya. La principal actividad está constituída por la agricultura con cultivos de coca, café, cítricos y otras frutas. la diversidad de su flora y fauna, que junto a su paisaje, la simpatía y amabilidad de su gente, convierten al lugar en un potencial apropiado para llevar a cabo actividades con fines turísticos.	
Fuente:	CDTI Cordillera Real "Inventario de Recursos Turísticos" 2000
Imagen:	Peter McFarren

FICHA N° 11

Nombre:	Personajes Notables
Categoría:	2. Patrimonio Urbano, Arquitectónico y Artístico Museos y Manifestaciones Culturales
Tipo:	2.2. Asentamientos Humanos
Subtipo:	2.2.5. Biografía de Personajes Notables

Características de Interés Turístico:
Agustín Aspiazu.- Nació en Irupana el 28 de Agosto de 1817. Estudió en La Paz recibiendo el título de Abogado. Fue Docente en la UMSA, Diputado nacional de 1857 a 1874, Prefecto de los Departamentos de La Paz y Cochabamba, Consejero de Estado, Ministro en las Carteras de Guerra y Justicia, Vocal de la Corte de Distrito; tuvo una labor intensa en Derecho Público e Internacional. En matemáticas y observaciones astronómicas dejó textos impresos y manuscritos. Predijo la aparición del cometa Halley con mayor precisión que otros científicos en el extranjero. Pronosticó un eclipse de sol para el amanecer del 3 de noviembre de 1994. realizó estudios de Física y Medicina Legal. Es autor del "Diccionario Razonado del Derecho Civil Boliviano" (1885).
Rafael Pabón.- Nació en 1903, hijo de Luciano Pabón y Carmen Cuevas. Estudia en La Paz donde se gradúa como contador. En 1920 viaja a Estados Unidos e ingresa al ejército americano para graduarse como aviador, perfecciona sus estudios de observador mecánico, fotografía y acrobacia aérea, era conocido como Ralph Payburn. Obtuvo un récord sudamericano en altura. Volvió a Bolivia y se incorpora a la Escuela Militar de Aviación en 1928, hizo el primer vuelo aéreo en los yungas. Participó activamente en la guerra del Chaco donde perdió la vida tras ser atacado y explotar la nave que pilotaba. Escribió "La Ciencia y el Arte de Volar" en 1931.
Fermín Merisalde.- Tras la caída del régimen de Melgarejo, Merisalde se dirige a La Paz para postularse como Diputado por los Yungas con un Acróstico en Honor a Agustín Morales. Fue elegido Diputado. Morales sorprendió con su renuncia provocando la división de la asamblea, la que, tras una noche de deliberación es aceptada, pero Morales la retira, por las protestas vertidas, Merisalde es exiliado a la Argentina. Se cree que retornó a Irupana y murió ahí en 1889.
Manuel Victorio García Lanza.- Las sublevaciones que se dieron en la región, en pro de la independencia, fueron encabezadas por el Sr. Victorio García Lanza, llevando a cabo diferentes actividades independentistas en lo que es ahora el Municipio de Irupana.
Pedro Andaveres Peralta.- Su principal aporte reside en su trabajo cohesionador de la gente de su pueblo (de origen afro) y de su localidad. Acudió al llamado de la Guerra del Chaco, luchó con Armando Escobar Uría y Bernardino Bilbao Rioja entre otros. Cayó preso en 1933, no fue enviado con los otros presos, sino a un leprosario donde fue sometido a trabajos forzados. Retornó a Bolivia en 1937.

Fuente:	Inventario de los Recursos Turísticos del Municipio de Irupana y su Puesta en Valor Turístico

FICHA N° 12

Nombre:	Caminos Prehispánicos
Categoría:	1. Sitios Naturales
Tipo:	1.11. Caminos y Senderos Pintorescos
Subtipo:	1.11.2. Caminos Prehispánicos

Distancia (Km):	desde La Paz: 60
Características de Interés turístico:	
Camino precolombino Irupana, recorre los Yungas y se halla próximo al sitio arqueológico de Pasto Grande. Parte del poblado de Lambate hasta llegar a la Plazuela; su recorrido se realiza a través de laderas de los cerros que forman la cuenca del Río Chungamayu, atravesando por numerosos riachuelos. Se prevé un recorrido de tres días. Algunos tramos del recorrido son empedrados, otros son de tierra. Uno de los puntos más interesantes se encuentra cerca del río San Juan, afluente del río Chungamayu, donde existen vestigios de un puente precolombino construido de piedra cortada y, por supuesto, Pasto Grande. Camino precolombino Yunga Cruz, data desde la época tiwanakota, de gran belleza natural. El punto de inicio es la población de Chuñavi, cuyo recorrido culmina en Chulumani y el Santuario de Chirca, en su recorrido se atraviesa la naciente del río Chimpa. Tiene un recorrido aproximado de 3 días. Está relacionado con los caminos prehispánicos de Chungamayu (Sud Yungas), con los pueblos de Chuñavi, La Plazuela, Irupana y otros menores de alrededor.	
Fuente:	CDTI Cordillera Real "Inventario de Recursos Turísticos" 2000
Imagen:	www.parapentesirupana.com

3.2. DIAGNÓSTICO ESPECÍFICO

i. Sistematización de Encuesta aplicada a Estudiantes de Secundaria

A través de los cuestionarios aplicados a los estudiantes se registraron los siguientes resultados:

1. Sexo

CUADRO N° 24

	Irupana	Illimani	Totales
Femenino	14	13	27
Masculino	17	18	35

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 10

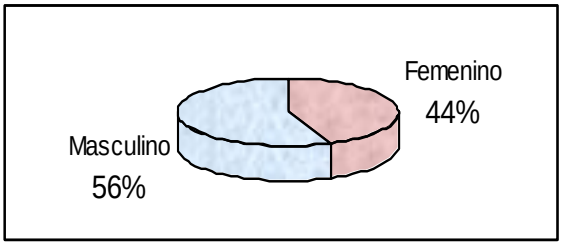
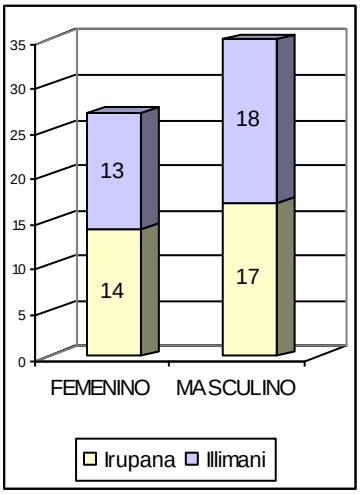


GRÁFICO N° 11



Fuente: Elaboración Propia

Los datos muestran que en el Municipio de Irupana, principalmente en el sector Illimani, la participación femenina es menor, en comparación al sector Irupana, hecho que repercute en los resultados finales. Al analizar la composición etérea por sexos, existe una mínima diferencia respecto a la cantidad de personas de sexo femenino y masculino de entre 10 y 19 años; sin embargo, al visitar los diferentes establecimientos educativos era evidente la mayor presencia de varones.

Al contar con estos resultados, en la actualidad, si bien esa brecha está estrechándose, aún existen ciertas limitaciones para la participación de las mujeres, por lo general, desde el ámbito familiar. Esto repercute directamente en lo relacionado al impulso de una cultura emprendedora, pues al intentar sacar adelante algún emprendimiento encabezado por mujeres, el camino puede tornarse un tanto más complicado.

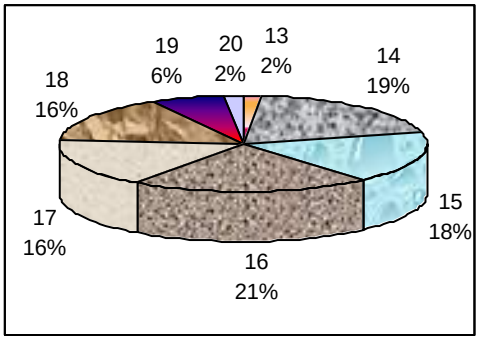
2. Edad

CUADRO N° 25

Edad	Irupana	Illimani	Totales

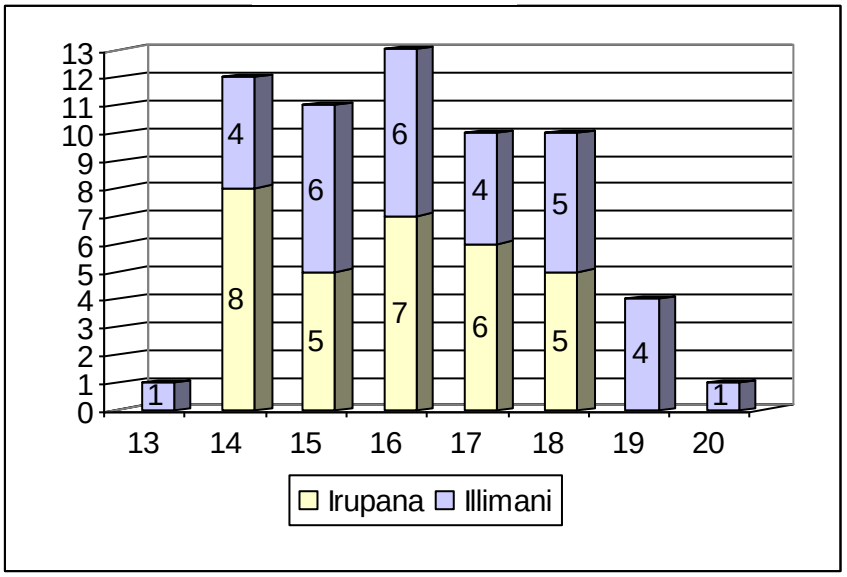
GRÁFICO N° 12

13	0	1	1
14	8	4	12
15	5	11	11
16	7	13	13
17	6	10	10
18	5	10	10
19	0	4	4
20	0	1	1



Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 13



Fuente: Elaboración Propia

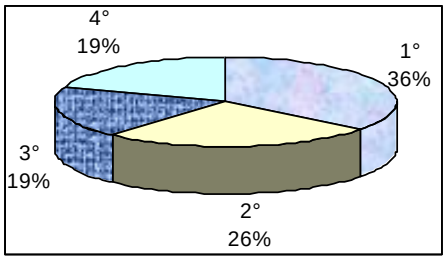
Los resultados muestran que en el sector Irupana del municipio, existe una mayor correspondencia en las edades de las personas que cursan el nivel secundario. En el sector Illimani, la situación no es similar, pues el rango de edades, si bien empiezan desde los 13 años en Primero de secundaria, llega hasta los 20 años en Cuarto de secundaria, en este caso varones.

No debe olvidarse que gran porcentaje de los estudiantes también trabajan, hecho que llega a repercutir en el desempeño escolar.

3. Curso

CUADRO N° 26

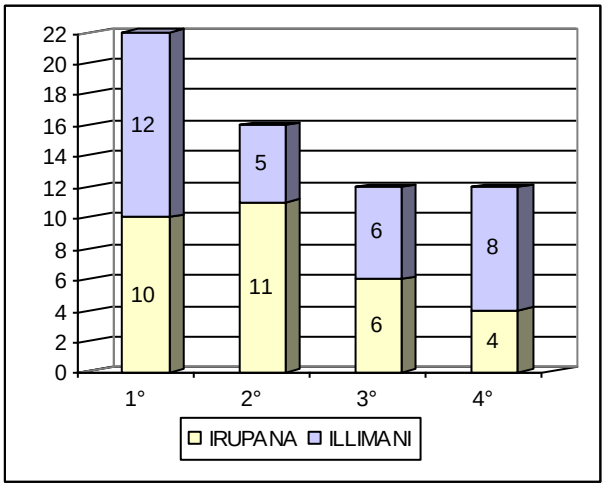
GRÁFICO N° 14



Curso	Irupana	Illimani	Totales
1°	10	12	22
2°	11	5	16
3°	6	6	12
4°	4	8	12

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 15



Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro se muestra la distribución de los estudiantes encuestados por curso. Se percibe mayor presencia de estudiantes de 1° de secundaria.

La aplicación de cuestionarios, si bien buscó llegar a todos los cursos del nivel secundario, se enfocó más en los primeros cursos por dos razones:

- existen establecimientos educativos en los que el bachillerato es algo implantado recientemente, por lo que son pocos los estudiantes en tercero y cuarto curso, en comparación de primero y segundo de secundaria.
- continuarán en secundaria por tres y dos años más, respectivamente.

Si bien los temas propuestos son complementarios, es posible desarrollarlos de manera independiente al momento de la implementación del presente proyecto.

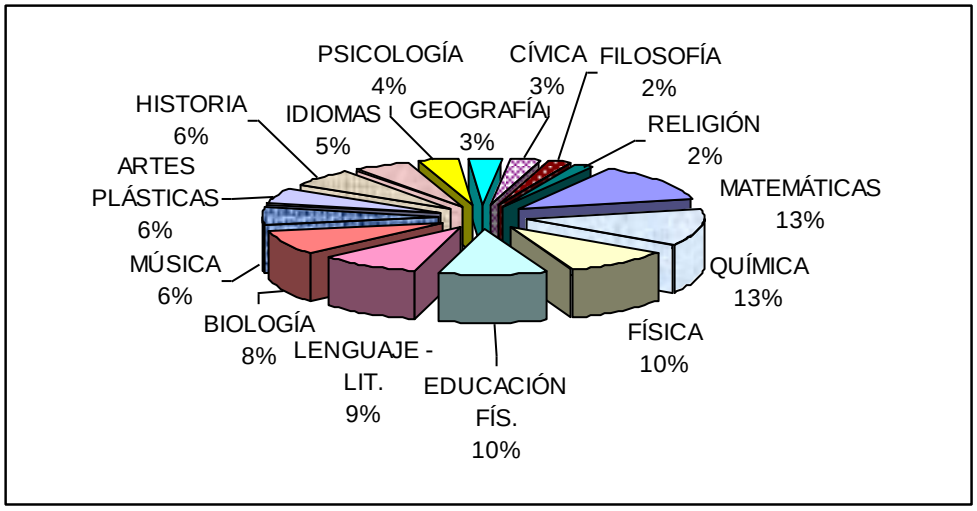
4. ¿Cuáles son las materias que más le interesa o gusta?

CUADRO N° 27

MATERIA	IRUPANA	ILLIMANI	TOTAL
MATEMÁTICAS	17	13	**30**
QUÍMICA	15	14	**29**
FÍSICA	16	6	**22**
EDUCACIÓN FÍS.	9	13	**22**
LENGUAJE - LIT.	8	13	**21**
BIOLOGÍA	17	2	**19**
MÚSICA	5	9	**14**
ARTES PLÁSTICAS	5	8	**13**
HISTORIA	11	2	**13**
IDIOMAS	7	5	**12**
PSICOLOGÍA	2	6	**8**
GEOGRAFÍA	5	2	**7**
CÍVICA	2	4	**6**
FILOSOFÍA	3	2	**5**
RELIGIÓN	1	3	**4**

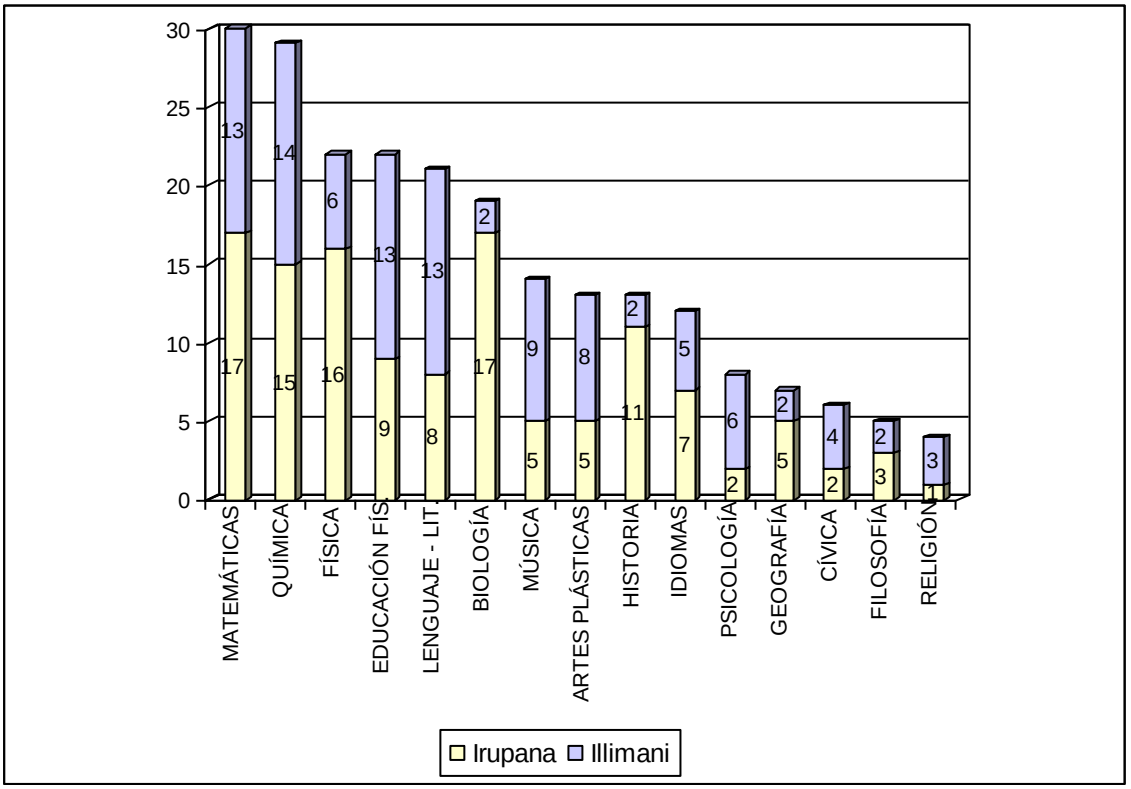
Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 16



Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 17



Fuente: Elaboración Propia

Si bien a nivel general las materias del área de ciencias exactas son las preferidas por los estudiantes de secundaria, existen relativas diferencias entre ambos sectores del municipio:

- En el sector Irupana, la atención se concentra principalmente en estas cuatro materias: matemáticas, biología, física y química, seguido en quinto lugar por historia. De las primeras materias, es biología la que puede relacionarse con temas ambientales.
- En el sector Illimani, ésta atención está distribuida de manera diferente pues aparecen materias escogidas como química, matemáticas, lenguaje – literatura, educación física; obtuvieron también una importante atención materias como música y artes plásticas.

Por los resultados se puede prever que en el sector Illimani será más sencillo abarcar temas de sensibilización acerca del turismo y patrimonio por el interés manifestado hacia el área artística, en comparación al sector Irupana cuya inclinación es más hacia el área científica, entonces la relación con el turismo y el patrimonio es más complicado.

ABORDAJE DE LA TEMÁTICA TURISMO

5. Durante el desarrollo de cualquiera de las materias, ¿Se tocaron temas relacionados al turismo?

CUADRO N° 28

	IRUPANA	ILLIMANI	TOTAL
Sí	18	15	**33**
No	13	16	**29**

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 18

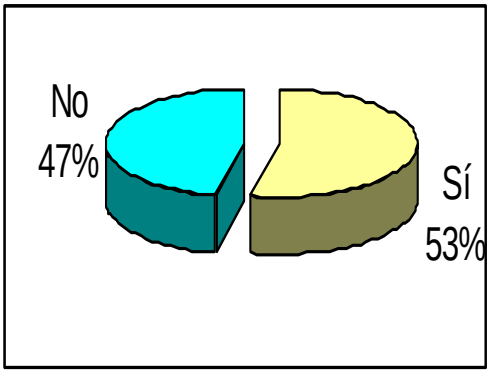
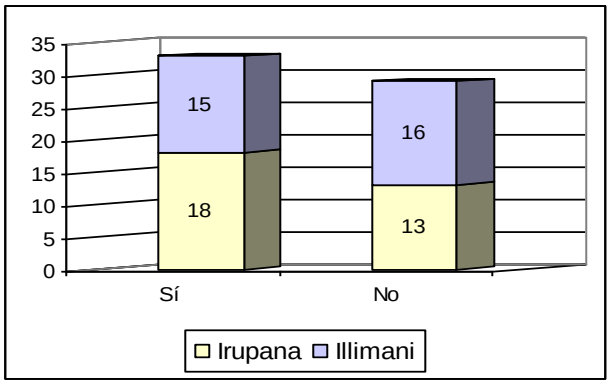


GRÁFICO N° 19



Fuente: Elaboración Propia

Como puede verse en el cuadro y en los gráficos, una mayoría de los estudiantes que llenaron los cuestionarios manifiestan que durante el desarrollo de sus materias llegaron a desarrollarse algunos contenidos relativos al turismo; sin embargo, existe un 47% (elevado porcentaje), que dan a conocer que no se abordaron temas relacionados a turismo durante el desarrollo de sus materias.

Las materias en las que es más sencillo abordar temas acerca de turismo, son del área de ciencias sociales; no debe olvidarse que los estudiantes manifestaron mayor interés por materias del área de ciencias exactas.

6. ¿Qué es turismo?

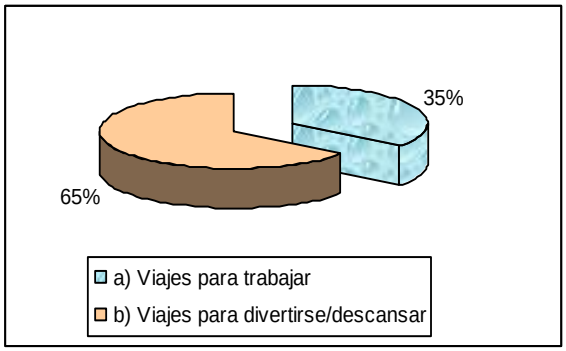
CUADRO N° 29

	IRUPANA	ILLIMANI	TOTAL
a) Viajes para trabajar	14	8	**22**
b) Viajes para divertirse/descansar	17	23	**40**

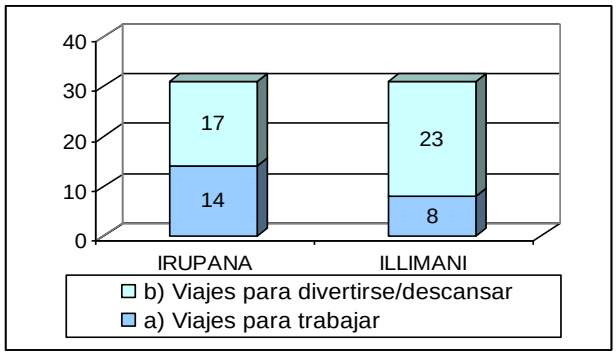
Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 20

GRÁFICO N° 21



Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

Al conocer que, de alguna manera, una gran parte de los estudiantes ya tiene nociones de lo que es turismo, se les hizo esta pregunta para ver si existe esa correlación entre lo que avanza en las materias y lo que sucede en la realidad. Los resultados nos muestran lo siguiente:

- Es mayor el porcentaje de personas que tienen una noción de lo que es el turismo, que de aquellas que abarcaron este tema en sus materias, dando a entender que este tema fue conocido fuera del colegio.
- En el sector Illimani, se manifestó mayor abordaje del tema turismo en el colegio; sin embargo, existe menor margen de equivocación en la noción de turismo, que en el sector Irupana.

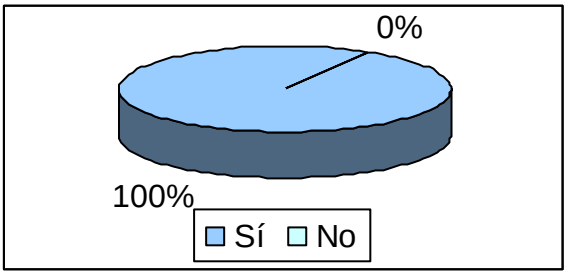
7. ¿Considera que existen personas que les gustaría visitar y conocer esta región?

CUADRO N° 30

	IRUPANA	ILLIMANI	TOTAL
Sí	31	31	**62**
No	0	0	**0**

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 22



Fuente: Elaboración Propia

En ambos sectores se pone de manifiesto que existen personas que estarían interesadas en visitar la región, lo que da a entender que los estudiantes, de alguna manera, reconocen que su entorno tiene algo diferente y bonito.

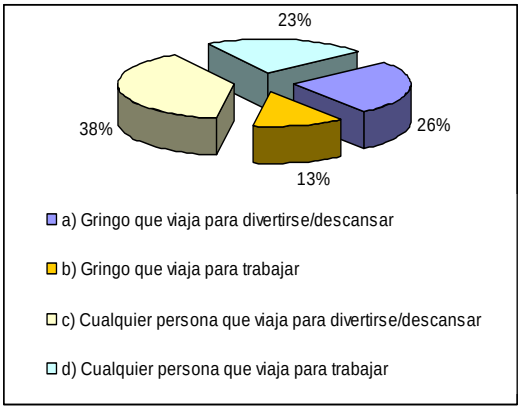
8. ¿Quién es el turista?

CUADRO N° 31

	IRUPANA	ILLIMANI	TOTAL
a) Gringo que viaja para divertirse/descansar	5	11	**16**
b) Gringo que viaja para trabajar	3	5	**8**
c) Cualquier persona que viaja para divertirse/descansar	11	13	**24**
d) Cualquier persona que viaja para trabajar	12	2	**14**

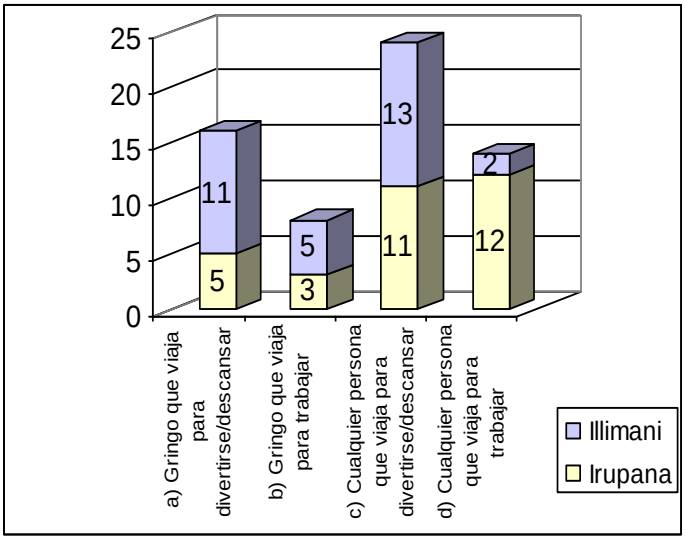
Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 23



Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 24



Fuente: Elaboración Propia

Se puede notar que de manera general en el municipio existe una idea de quién es el turista. Sin embargo, existen diferencias al hacer el análisis por sectores:

- En el sector Irupana hubo mayor frecuencia en la opción incorrecta ("d. Cualquier persona que viaja para trabajar") encontrándose en segundo lugar la opción correcta ("c. Cualquier persona que viaja para divertirse/descansar"), lo que equivale a que no se tiene una idea clara respecto a la persona que hace turismo, y muestra que la idea que se tiene acerca del turismo necesita ser planteada y abordada con mayor profundidad.

- En el sector Illimani, se percibe que existe una mayor y mejor noción acerca de quién es el turista, pues se presenta una mayor frecuencia en la respuesta correcta, seguida de la respuesta cuya definición es medianamente correcta ("a. Gringo que viaja para divertirse/descansar), dejando muy atrás las respuestas incorrectas. Lo que indica que debe haber un reforzamiento del concepto tanto de turismo como de turista y que será más fácil abordar otros temas con mayor profundidad.

ABORDAJE DE LA TEMÁTICA PATRIMONIO

9. Durante el desarrollo de las materias, ¿Se tocaron temas relacionados a la cultura del municipio?

CUADRO N° 32

	Irupana	Illimani	Totales
Sí	14	19	**33**
No	17	12	**29**

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 26

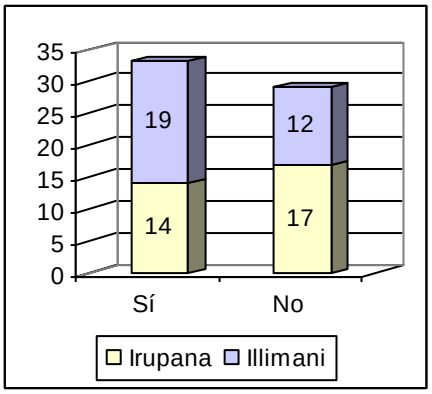
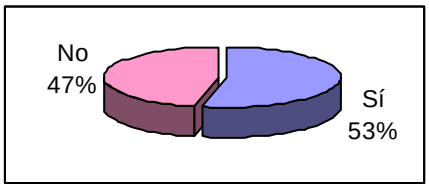


GRÁFICO N° 25



Fuente: Elaboración Propia

Como puede verse a nivel municipal existe poca diferencia entre los resultados de las personas que afirman que "sí" se abarcan temas relacionados a la cultura del Municipio, en comparación de las que manifiestan que "no".

Al analizar estos temas por sectores, se tiene lo siguiente:

- En el sector Irupana los resultados son inversos puesto que, expresado en porcentajes, el 55% manifiesta que no se tocaron temas relacionados a la cultura del municipio.
- En el sector Illimani, con el 61% se manifiesta que se abordaron temas relacionados a la cultura del municipio. Sin embargo, es posible que esos temas no sean específicamente del sector.

10. ¿Realizan visitas a lugares arqueológicos y/o históricos dentro el municipio?

CUADRO N° 33

	Irupana	Illimani	Totales
Sí	7	6	**13**
No	24	25	**49**

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 28

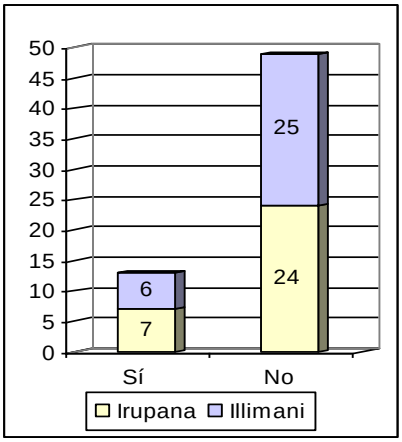
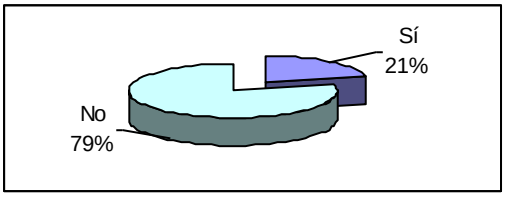


GRÁFICO N° 27



Fuente: Elaboración Propia

Tal como se describió en la investigación documental y se pudo constatar en el trabajo de campo, el municipio cuenta con importantes sitios arqueológicos e históricos, los cuales no son aprovechados para complementar los diferentes temas en las materias.

Esta situación repercute en lo relacionado a la valoración del patrimonio cultural del municipio desde los colegios, no se puede valorar lo que no se conoce y tampoco se lo podrá transmitir y dar a conocer a otras personas, sean turistas o no. Esta situación impide el aprovechamiento sostenible y protección de los atractivos efectivos y potenciales, y por lo tanto afecta directamente al turismo.

11. ¿Cuales crees que son los elementos culturales más importantes del municipio?

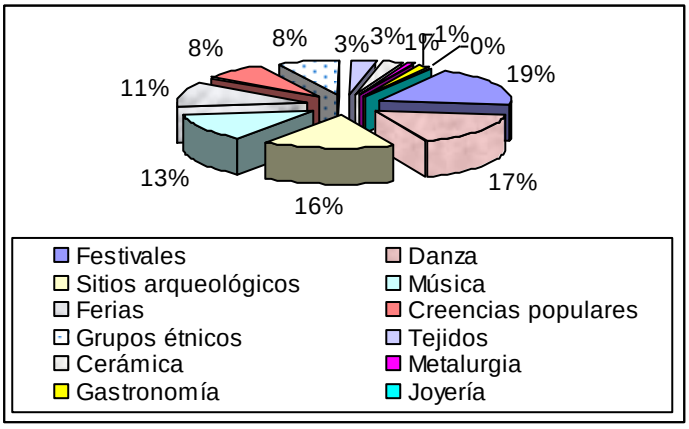
Las opciones expuestas fueron tomadas de la clasificación de atractivos turísticos, utilizado para la Inventariación de Atractivos.

CUADRO N° 34

	Irupana	Illimani	Totales
Festivales	18	11	29
Danza	13	14	27
Sitios arqueológicos	13	13	26
Música	13	8	21
Ferias	8	10	18
Creencias populares	7	6	13
Grupos étnicos	7	5	12
Tejidos	1	4	5
Cerámica	2	2	4
Metalurgia	1	1	2
Gastronomía	1	1	2
Joyería	0	0	0

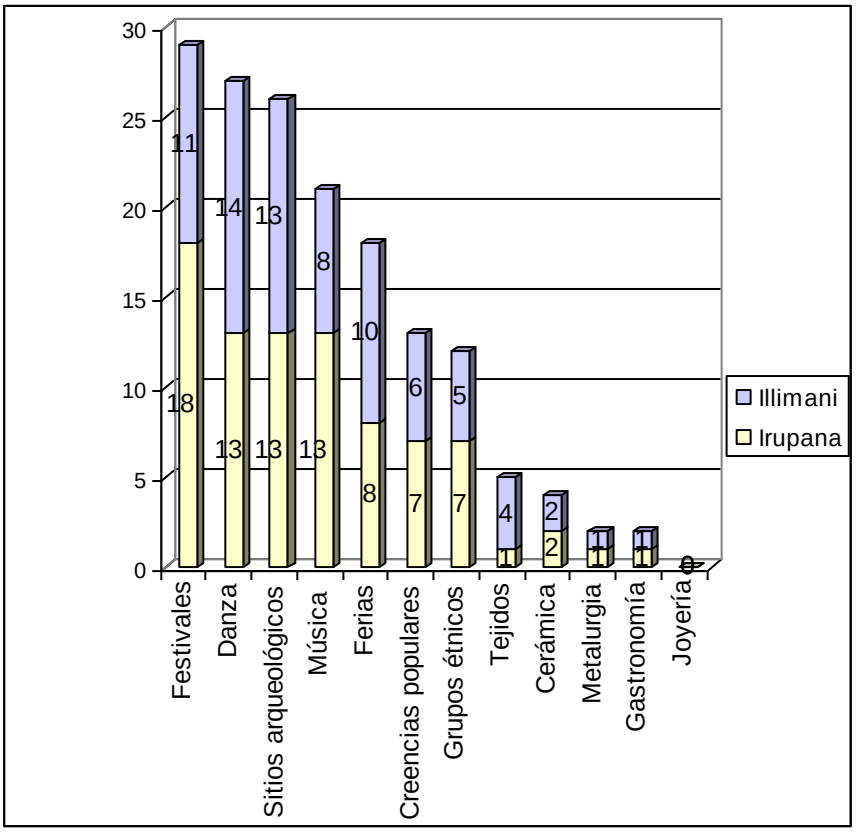
Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 29



Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 30



Fuente: Elaboración Propia

Los estudiantes al tener que elegir entre los principales elementos culturales del municipio, de manera general se eligieron a los festivales, danza y sitios arqueológicos como los más importantes, seguido de música y ferias. Sin embargo, estos resultados no son uniformes en ambos sectores del municipio, registrándose lo siguiente:

- En el sector Irupana resaltan más a los festivales seguido de sitios arqueológicos, danza y música.
- En el sector Illimani destaca más danza, sitios arqueológicos.

12. ¿Participa de las celebraciones tradicionales? (por ejemplo: ch'allas, ofrendas a la pachamama, etc.)

CUADRO N° 35

	Irupana	Illimani	Totales
Sí	16	18	34
No	15	13	28

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 31

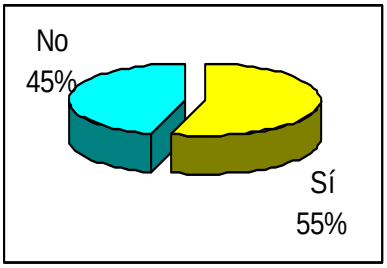
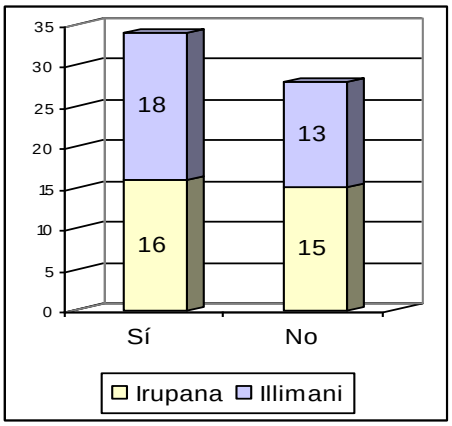


GRÁFICO N° 32



Fuente: Elaboración Propia

Como puede verse, a nivel municipal, una mayoría manifiesta que participa en celebraciones tradicionales, pero existe también un elevado porcentaje de personas que manifiestan que no lo hacen. Si bien no es una obligación que todos tengan que participar, es trascendental impulsar en los adolescentes y jóvenes la importancia de mantener nuestra cultura viva por muchas generaciones más.

Existen también ciertas diferencias por sectores:

- En el sector Irupana existe una diferencia mínima respecto a quienes participan en celebraciones tradicionales y quienes no lo hacen.
- En el sector Illimani la diferencia es mayor dando a entender que entre los adolescentes y jóvenes de éste sector existe mayor participación en este tipo de celebraciones.

13. ¿Considera que la cultura es importante para el turismo?

CUADRO N° 36

	Irupana	Illimani	Totales
Sí	30	29	59
No	1	2	3

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 33

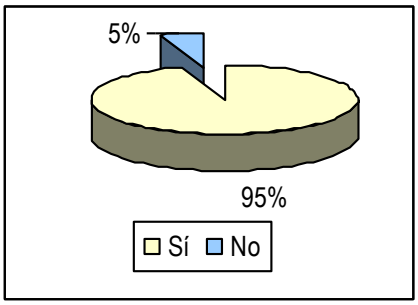
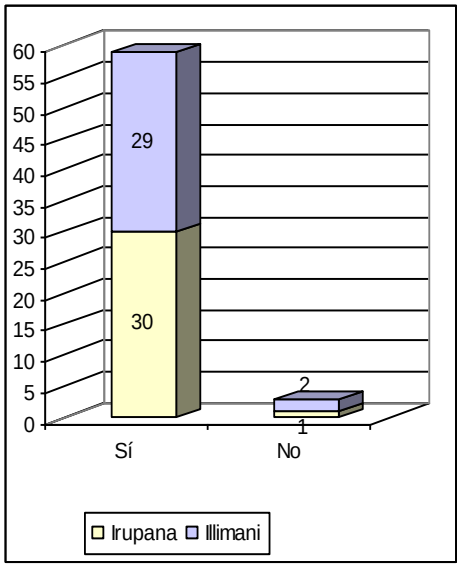


GRÁFICO N° 34



Fuente: Elaboración Propia

Un 95% reconoce que la cultura es importante para el turismo, al ver los resultados por sectores no existe significativa diferencia respecto a la respuesta.

14. ¿Además del español, habla un idioma…

CUADRO N° 37

	Irupana	Illimani	Totales
Nativo	11	18	**29**
Extranjero	0	0	**0**
Ninguno	20	13	**33**

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 35

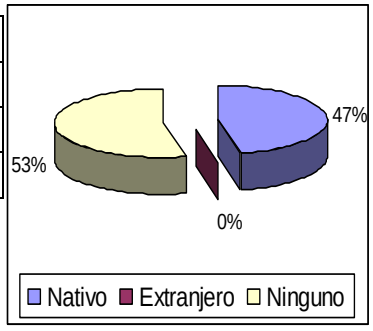
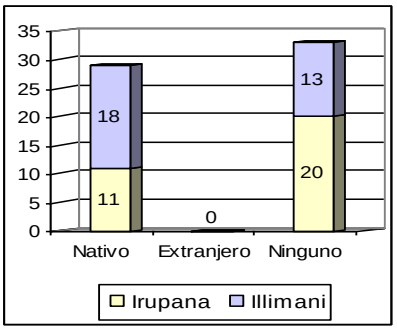


GRÁFICO N° 36



Fuente: Elaboración Propia

A nivel municipal, existe una ligera diferencia entre la cantidad de personas que hablan un idioma nativo adicional y quienes no. No se encontró a nadie que hable un idioma extranjero. El idioma que se habla en ambas regiones, además del español, es el aymara.

Por sectores se encuentra que en el sector Illimani existe mayor cantidad de estudiantes que hablan un idioma nativo además del español, situación que no es similar en el sector Irupana.

15. ¿Quisiera aprender un idioma...

CUADRO N° 38

	Irupana	Illimani	Totales
Nativo	6	7	**13**
Extranjero	19	20	**39**
Ambos	5	1	**6**
Ninguno	1	3	**4**

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 37

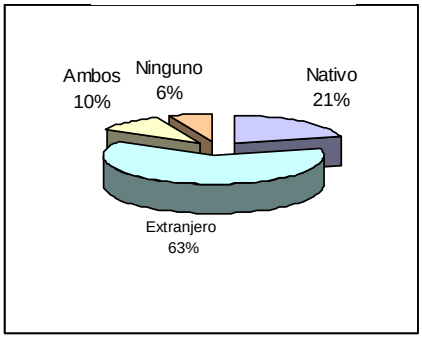
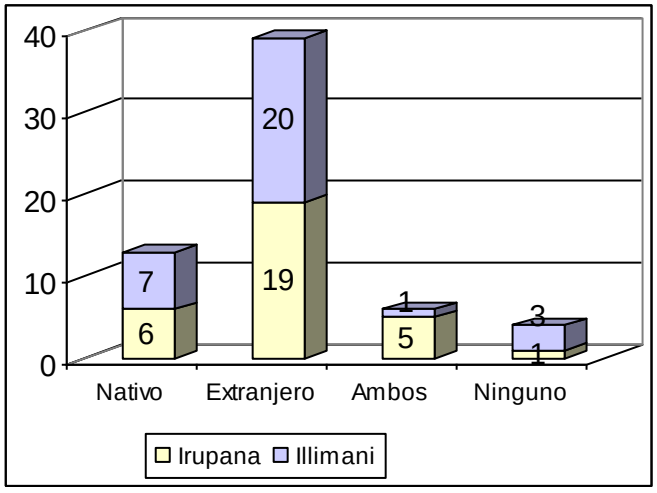


GRÁFICO N° 38



Fuente: Elaboración Propia

En ambos sectores existe un marcado interés por aprender un idioma extranjero, según las respuestas, son el inglés y el francés los idiomas que más llaman la atención de los estudiantes. Muchos estudiantes que manifestaron no saber un idioma nativo pusieron como opción aprender el aymara, y quienes ya hablan este idioma manifestaron interés por querer aprender quechua.

Ambas preguntas se enfocan a conocer la valoración que se le da al idioma como parte de la expresión cultural de los pueblos, en este caso se puede notar que está latente ese sentir de pertenencia cultural. Por otro lado, el interés por aprender un idioma extranjero también es importante puesto que para la atención hacia el turista uno de los factores clave justamente es el idioma.

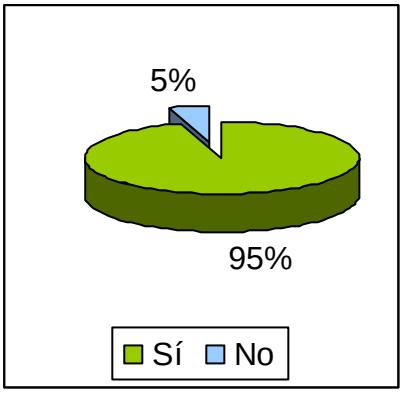
16. Durante el desarrollo de materias ¿Se tocaron temas relacionados a medioambiente y las problemáticas ambientales?

CUADRO N° 39

	Irupana	Illimani	Totales
Sí	30	29	**59**
No	1	2	**3**

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 39



Fuente: Elaboración Propia

Según los datos, un 95% manifiesta que se abordaron temas relacionados a medio ambiente y las problemáticas ambientales. Las principales materias a través de las cuales se dan a conocer estos contenidos son geografía y biología, que como pudo verse anteriormente biología se encuentra entre las materias preferidas, no así geografía.

17. ¿Realizan visitas a espacios naturales del municipio?

CUADRO N° 40

	Irupana	Illimani	Totales
Sí	9	2	**11**
No	22	29	**51**

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 40

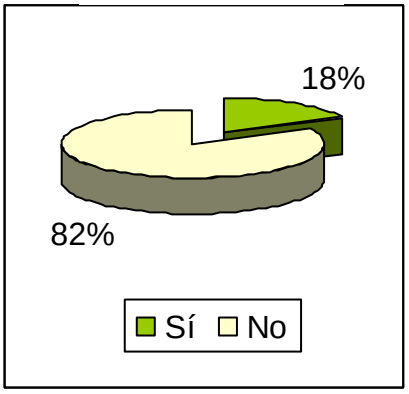
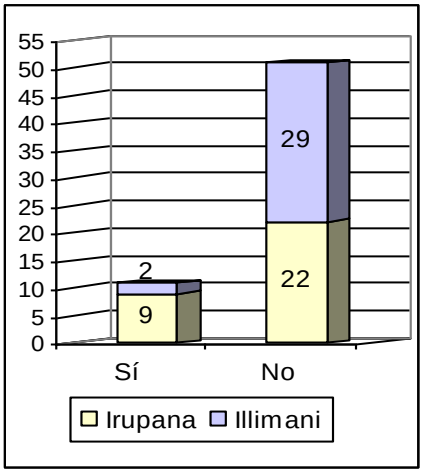


GRÁFICO N° 41



Fuente: Elaboración Propia

De manera general, el 82% manifiesta que no se realizan visitas a sitios naturales dentro el municipio de Irupana, siendo que – como se describió en puntos anteriores – el territorio abarca diferentes pisos ecológicos, lo que repercute en la diversa presencia de flora y fauna. Este elemento no es aprovechado para enriquecer el desarrollo de las materias.

Las personas que manifestaron realizar visitas indicaron que los lugares a los cuales suelen dirigirse es a Pasto Grande, a las minas, Miguillas y el Río Solacama.

18. ¿Cuáles son las características naturales del Municipio?

CUADRO N° 41

	Irupana	Illimani	Totales
Cordillera	13	15	**28**
Valles Interandinos	9	4	**13**
Yungas Medio	25	17	**42**
Altiplano	3	4	**7**
Circunlacustre	1	1	**2**
Yungas Bajo	16	9	**25**

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 42

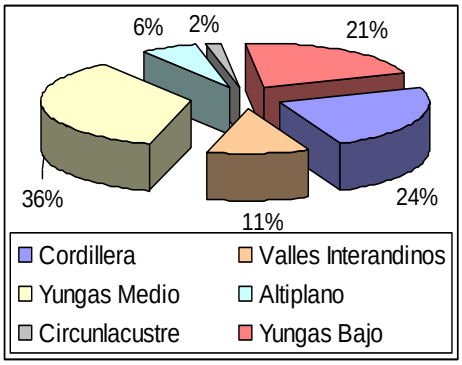
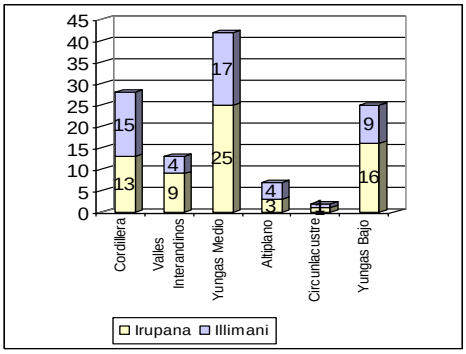


GRÁFICO N° 43



Fuente: Elaboración Propia

Se pidió a los estudiantes que eligieran entre todas las opciones las características naturales del municipio. De todas ellas las opciones Altiplano y Circunlacustre no corresponden al lugar, y como se puede apreciar existe un 8% que considera que si son parte del municipio, si bien el porcentaje es bajo se manifiesta cierta confusión en los estudiantes.

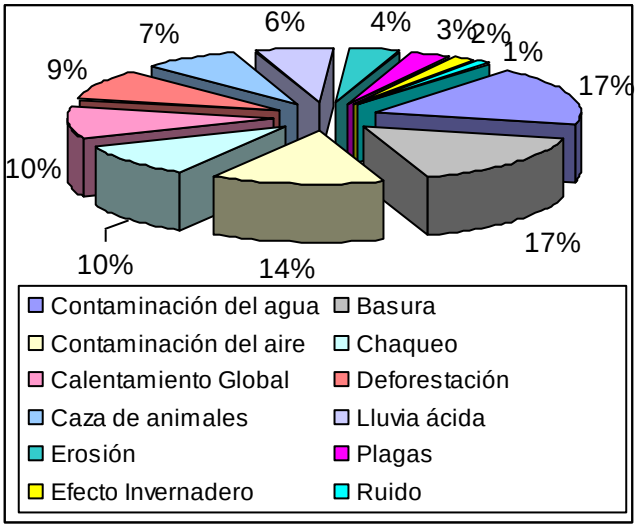
Las opciones Cordillera, Valles Interandinos, Yungas Medio y Yungas Bajo son las opciones que corresponden al municipio; sin embargo, solo 2 estudiantes marcaron las cuatro opciones, el resto se limitó a la elección de las características de su entorno inmediato, quienes viven en el sector Irupana escogieron las opciones relacionadas a Yungas (medio y bajo) y quienes viven en el sector Illimani las opciones relacionadas a Cordillera y Valles Interandinos. Como pudo observarse el desarrollo de temas relacionados a la geografía son abordados de manera muy general, sin llegar a describir específicamente lo referido al municipio, a sus sectores y su interrelación.

19. Elija los problemas ambientales que le dieron a conocer en el colegio:

CUADRO N° 42

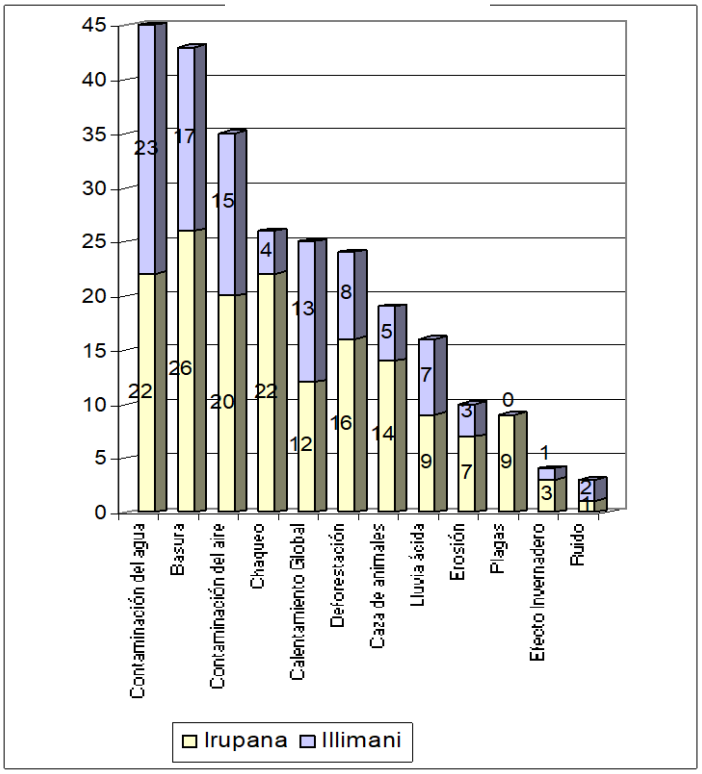
	Irupana	Illimani	Totales
Contaminación del agua	22	23	**45**
Basura	26	17	**43**
Contaminación del aire	20	15	**35**
Chaqueo	22	4	**26**
Calentamiento Global	12	13	**25**
Deforestación	16	8	**24**
Caza de animales	14	5	**19**
Lluvia ácida	9	7	**16**
Erosión	7	3	**10**
Plagas	9	0	**9**
Efecto Invernadero	3	1	**4**
Ruido	1	2	**3**

GRÁFICO N° 44



Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 45



Fuente: Elaboración Propia

Como puede verse los principales problemas ambientales conocidos por los estudiantes del municipio de Irupana son: la contaminación del agua, la basura, la contaminación del aire.

Sin embargo, existen diferencias entre ambos sectores: en el sector Irupana se da importancia también a lo que es el chaqueo, por las características de la zona tomaron más en cuenta la deforestación, caza de animales, la erosión y las plagas en comparación al sector Illimani.

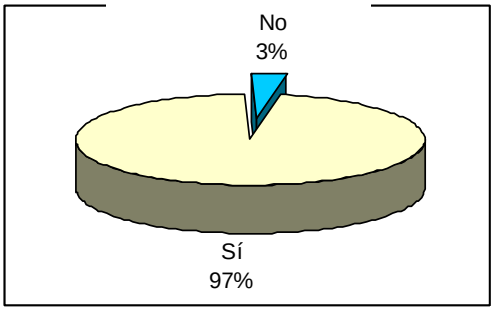
20. ¿Considera que la naturaleza es importante para el turismo?

CUADRO N° 43

	Irupana	Illimani	Totales
Sí	31	29	**60**
No	0	2	**2**

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 46



Fuente: Elaboración Propia

Un 97% reconoce que la naturaleza es importante para el turismo, al ver los resultados por sectores en el sector Irupana todos consideraron esa importancia no así en el sector Illimani, que como se sabe la principal actividad es minera.

ABORDAJE DE LA TEMÁTICA CULTURA EMPRENDEDORA

21. ¿A qué se dedica su familia?

CUADRO N° 44

	Irupana	Illimani	Totales
Agricultura	29	21	50
Minería	1	23	24
Comercio	5	7	12
Artesanía	9	1	10
Transporte	0	2	2
Turismo	0	1	1

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 47

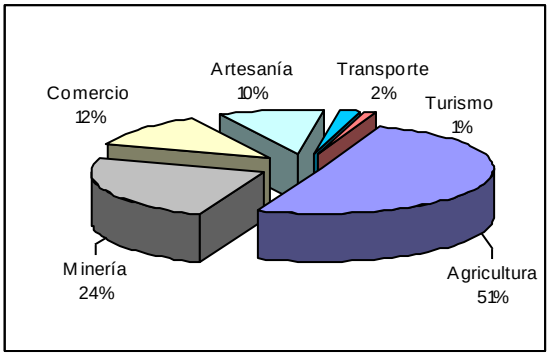
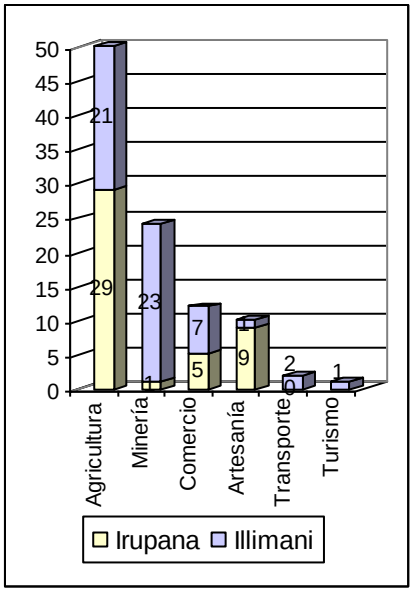


GRÁFICO N° 48



Fuente: Elaboración Propia

La principal actividad económica de las familias de los estudiantes, de manera general, es la agrícola, registrándose las siguientes diferencias por sectores:

- En el sector Irupana la principal actividad es la agrícola. El cultivo más frecuente es la coca, cuyo rendimiento económico es alto, razón por la cual se dedican casi exclusivamente a ello dejando de lado otras actividades como ser el turismo.
- En el sector Illimani la principal actividad es la minería, seguido de la agrícola y el comercio. Se puede apreciar mayor diversidad de actividades pese a la menor concentración de la población.

22. ¿Trabaja y estudia al mismo tiempo?

CUADRO N° 45

	Irupana	Illimani	Totales
Sí	23	21	**44**
No	8	10	**18**

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 49

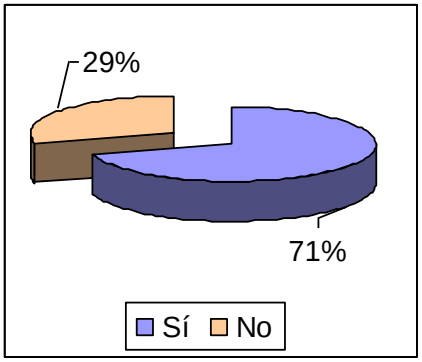
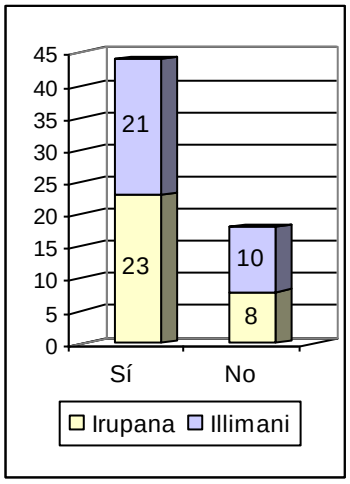


GRÁFICO N° 50



Fuente: Elaboración Propia

El 71% de los estudiantes manifiestan que además de estudiar, trabajan. En lo que respecta al sector Irupana, ésta situación es un tanto mayor en comparación del sector Illimani, pues al ser la principal actividad la agrícola es más fácil que se integren a esta actividad que a la minera.

23. Su trabajo….

CUADRO N° 46

	Irupana	Illimani	Totales
Está relacionado con la actividad económica familiar	19	17	**36**
Es diferente al de la familia	4	4	**8**

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 51

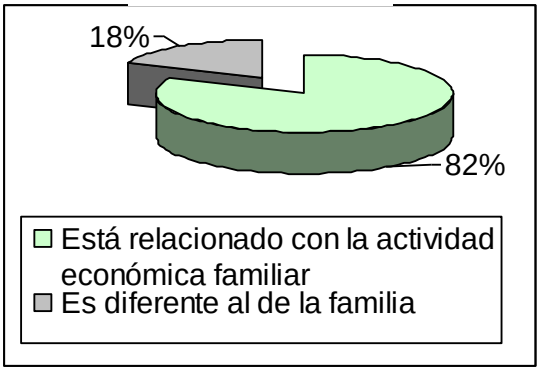
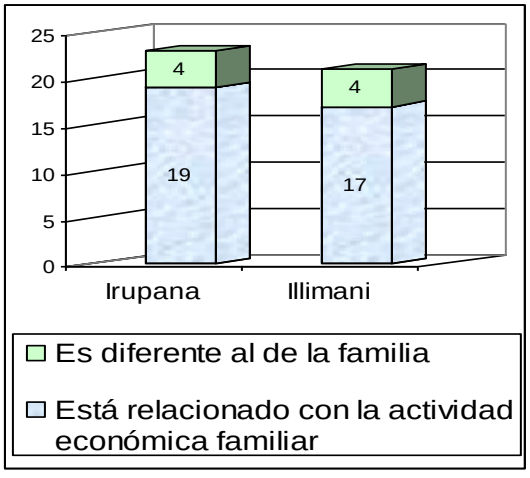


GRÁFICO N° 52



Fuente: Elaboración Propia

De las personas que manifestaron trabajar además de estudiar, se les consultó si el trabajo que realizan lo hacen dentro la actividad que realiza la familia o no, y resulta que un 80% trabaja con la familia, mientras que un 20% se dedica a actividades laborales fuera del entorno familiar.

24. ¿A qué se dedicará inmediatamente después de salir bachiller?

CUADRO N° 47

	Irupana	Illimani	Totales
Estudios Superiores	29	30	**59**
Trabajar	2	1	**3**

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 53

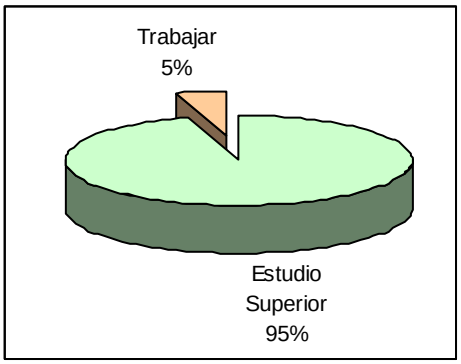
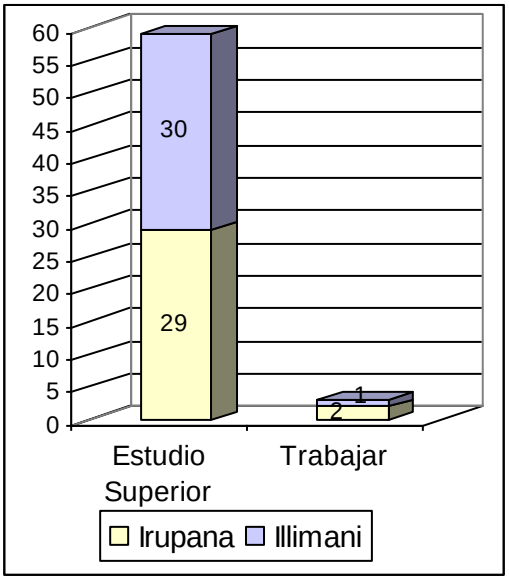


GRÁFICO N° 54



Fuente: Elaboración Propia

Respecto a las expectativas que tienen los estudiantes se les consultó acerca de lo que pensaban hacer después de salir bachiller, un 92% respondió que quiere continuar con sus estudios sea en institutos, universidades, normales u otros. Mientras que el 8% restante manifiesta que trabajará.

Es importante mencionar que muchos de ellos no habían tomado en cuenta este aspecto, puesto que al observarlos respondiendo ésta pregunta del cuestionario se tomaron un "tiempito" para pensar y responder.

25. ¿Qué le gustaría estudiar?

CUADRO N° 48

	Irupana	Illimani	Totales
Profesor	6	7	13
Ingeniería	8	6	14
Derecho	3	2	5
Medicina	6	9	15
Otros	8	7	15

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 55

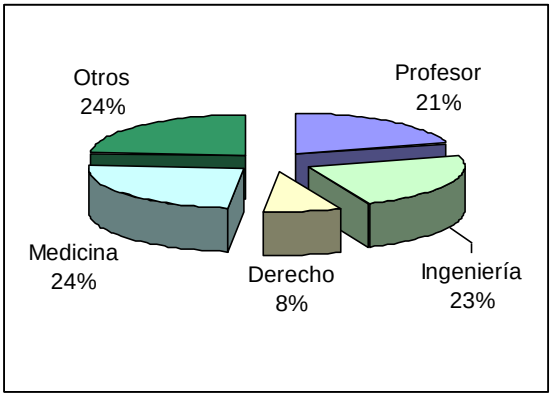
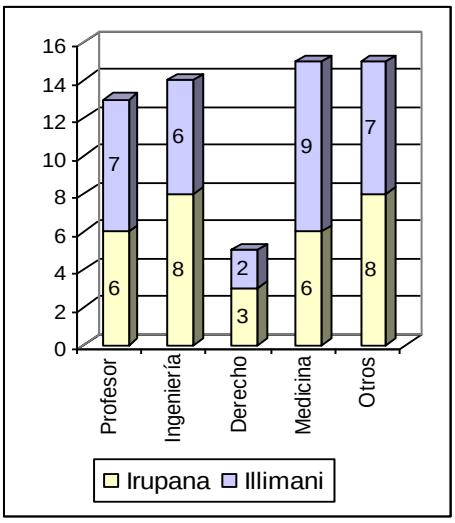


GRÁFICO N° 56



Fuente: Elaboración Propia

Esta pregunta fue abierta para quienes manifestaron continuar con estudios superiores. La frecuencia de respuestas es la siguiente:

- El 24% manifiesta interés por estudiar carreras relacionadas al tema de salud, como ser medicina que es la que más resalta, e incluye también enfermería.
- El 23% se inclina más por Ingeniería de las que resaltan más son agronómica, civil y minera.
- El 21% prefiere estudiar para ser profesor en diferentes áreas.
- Un 8% manifestó directamente el interés por estudiar derecho y convertirse en abogado (a).
- Un 24% bastante disperso, que va desde carreras como contabilidad, turismo, carrera militar y policial.

26. ¿Por qué?

CUADRO N° 49

	Irupana	Illimani	Totales
Por ayudar	15	10	**25**
Es mi vocación	9	7	**16**
Me gusta	22	21	**43**
Se gana bien	4	4	**8**

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 57

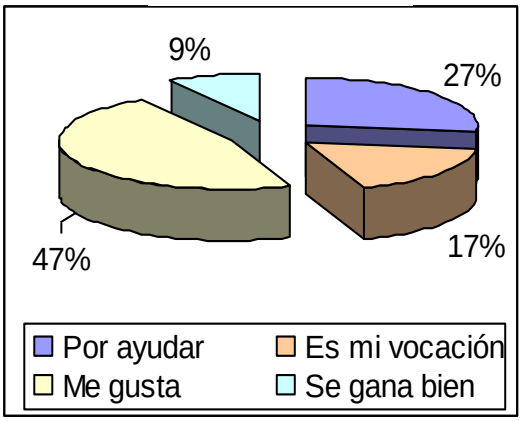
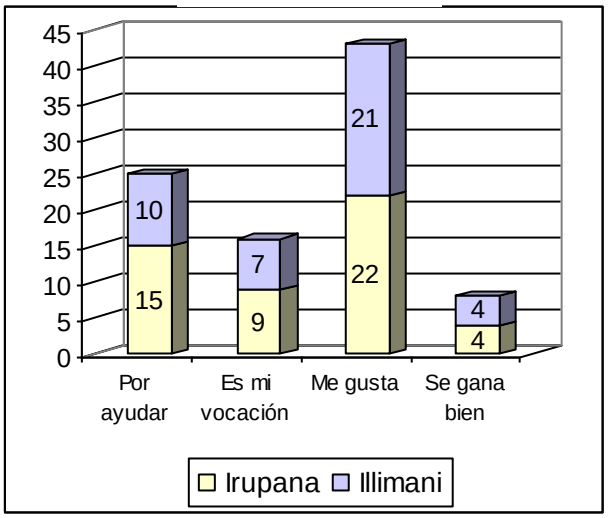


GRÁFICO N° 58



Fuente: Elaboración Propia

Al consultar acerca de las razones por las cuales escogieron esa carrera el 47% manifestó que era por que le gusta, esa situación se reflejó en ambos sectores. El aspecto solidario salió en segundo lugar con el 27%. En ambos sectores se dejó en último lugar el aspecto lucrativo con un 12%, es importante recordar que el establecimiento de una empresa busca, en mayor o menor medida, el lucro.

27. ¿En que trabajaría?

CUADRO N° 50

	Irupana	Illimani	Totales		Irupana	Illimani	Totales
En un negocio propio	10	8	**18**	En el municipio	13	15	**28**
En una oficina	3	11	**14**	Fuera del municipio	13	6	**19**
En lo que se presente	18	12	**30**	Fuera del país	5	10	**15**

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO N° 59

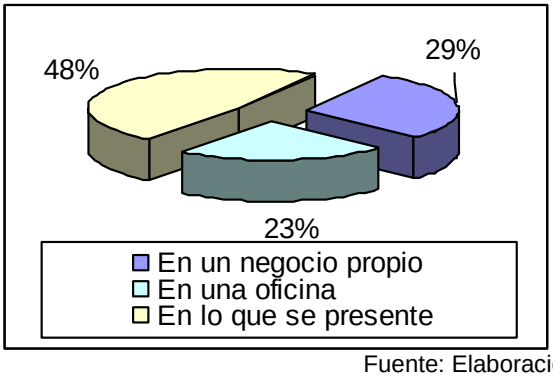
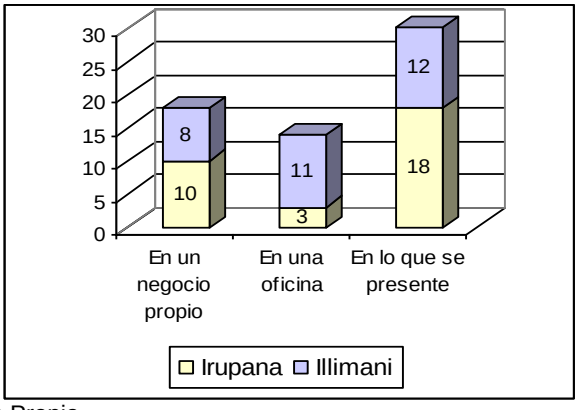


GRÁFICO N° 60



Fuente: Elaboración Propia

Conociendo cuales son sus expectativas para un futuro posterior al bachillerato, se intentó conocer sus perspectivas laborales. El 48%, entre quienes estudiarán y trabajarán, manifestaron que lo harían “en lo que se presente”, dejando una incógnita respecto a si lo harán en el área en la que se están formando o no. Muchas de las carreras que eligieron en la pregunta anterior, están destinadas a mantener al empleado como un subordinado.

La opción de emprender un negocio propio, si bien salió en segundo lugar, existe bastante diferencia con la primera opción, la que unida a la tercera, que no se percibe la motivación de una cultura emprendedora dentro de los establecimientos educativos.

GRÁFICO N° 61

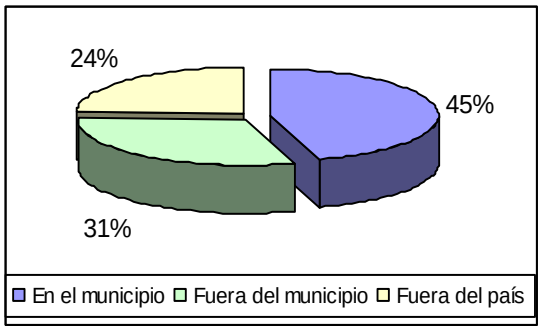
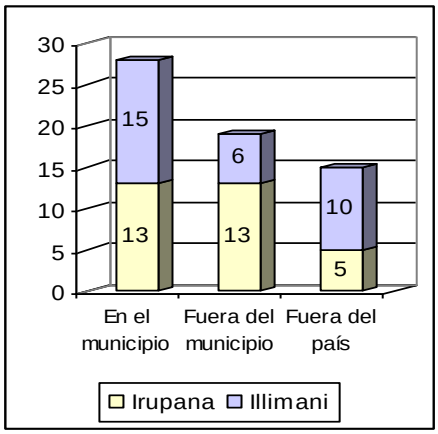


GRÁFICO N° 62



Fuente: Elaboración Propia

En ambos sectores se pone de manifiesto la intención de quedarse a trabajar en el municipio. Sin embargo, en el sector Illimani se antepone el interés de salir del país a trabajar antes de hacerlo en alguna otra región de Bolivia.

28. ¿Lo que le enseñan en el Colegio se aplica a sus actividades cotidianas?

CUADRO N° 51

	Irupana	Illimani	Totales
Sí	26	28	54
No	5	3	8

GRÁFICO N° 63

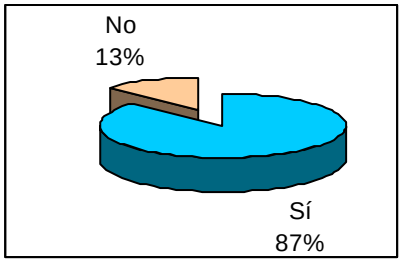
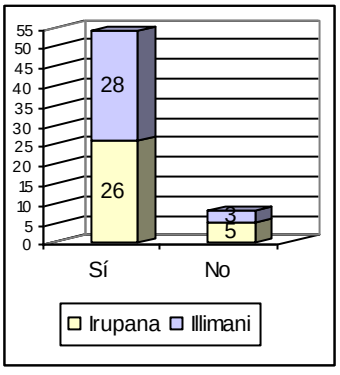


GRÁFICO N° 64



Fuente: Elaboración Propia

El 87% manifiesta que lo avanzado en el colegio es aplicable a la vida cotidiana que ellos llevan, aún así se pudo evidenciar que el desarrollo de los temas están débilmente ligados a las características del municipio.

29. ¿La actividad a la que se dedica su familia cree que puede relacionarse con el turismo?

CUADRO N° 52

	Irupana	Illimani	Totales
Sí	24	16	40
No	7	15	22

GRÁFICO N° 65

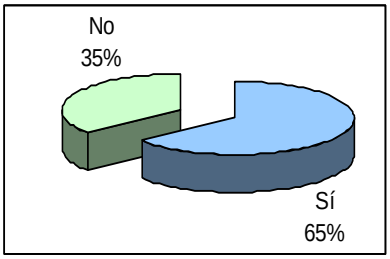
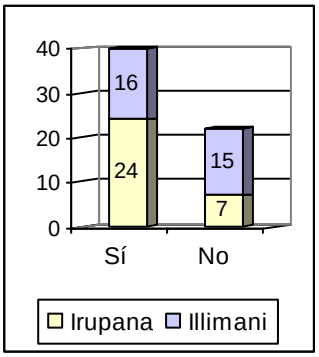


GRÁFICO N° 66



Fuente: Elaboración Propia

En conocimiento de las actividades familiares, el 65% manifiesta que a lo que se dedica la familia puede relacionarse con la actividad turística. En el sector Illimani, la diferencia entre quienes sí consideran que puede haber una relación de su actividad económica y quienes no, con el turismo es mínima. Si bien la idea que se tiene de turismo está mas clara que en el otro sector, les es difícil relacionar la actividad minera con el turismo.

30. ¿Considera importante la llegada de turistas a su región?

CUADRO N° 53

	Irupana	Illimani	Totales
Sí	28	28	56
No	3	3	6

GRÁFICO N° 67

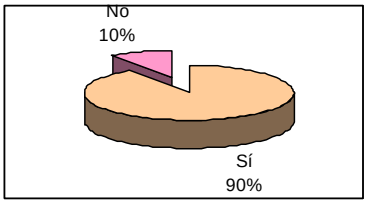
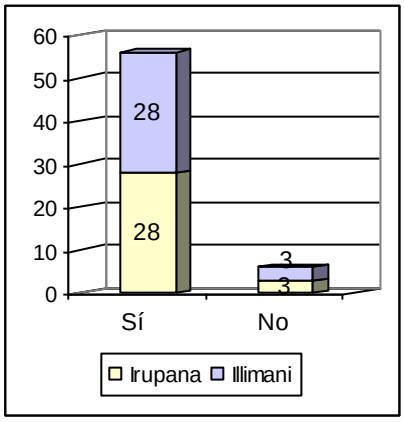


GRÁFICO N° 68



Fuente: Elaboración Propia

El 90% de los estudiantes consideran importante la llegada de turistas al municipio reflejándose ésta situación en ambos sectores del municipio.

3.2. Identificación de problemas

El sector de estudio comprende importantes sitios arqueológicos, culturas vivas, así como un entorno natural que por las diversas características puede formar parte importante de la oferta turística departamental y nacional. Aún contando con esa diversidad, no existen flujos turísticos significativos. Por otro lado, existen espacios educativos que

no son aprovechados para dar a conocer esa riqueza a los estudiantes, ocasionando problemas y situaciones que ponen en riesgo los recursos, dando paso a la pérdida de su valor histórico cultural y natural, así como un desaprovechamiento del potencial económico productivo y turístico.

El primer problema es que los contenidos curriculares actuales toman en cuenta el Turismo de manera indirecta y muy superficial, pues no se llega a conocer sus beneficios, tampoco se analizan los riesgos ni se toma en cuenta los elementos necesarios para su desarrollo. Esto ha ocasionado que no exista interés en formar parte activa del desarrollo turístico, así como en mejorar los actuales servicios como para satisfacer las exigencias de visitantes, pues son escasos, no llegando a abastecer en fechas como los aniversarios y fiestas patronales. Si bien los estudiantes de secundaria aún no tienen el protagonismo dentro de las diferentes tareas que implica el desarrollo del turismo, pueden ser portadores (actuales) de ideas y conocimientos aplicables a sus actividades familiares, sean turísticas o no; así como en un futuro, ser impulsores responsables y activos de esta actividad en el municipio.

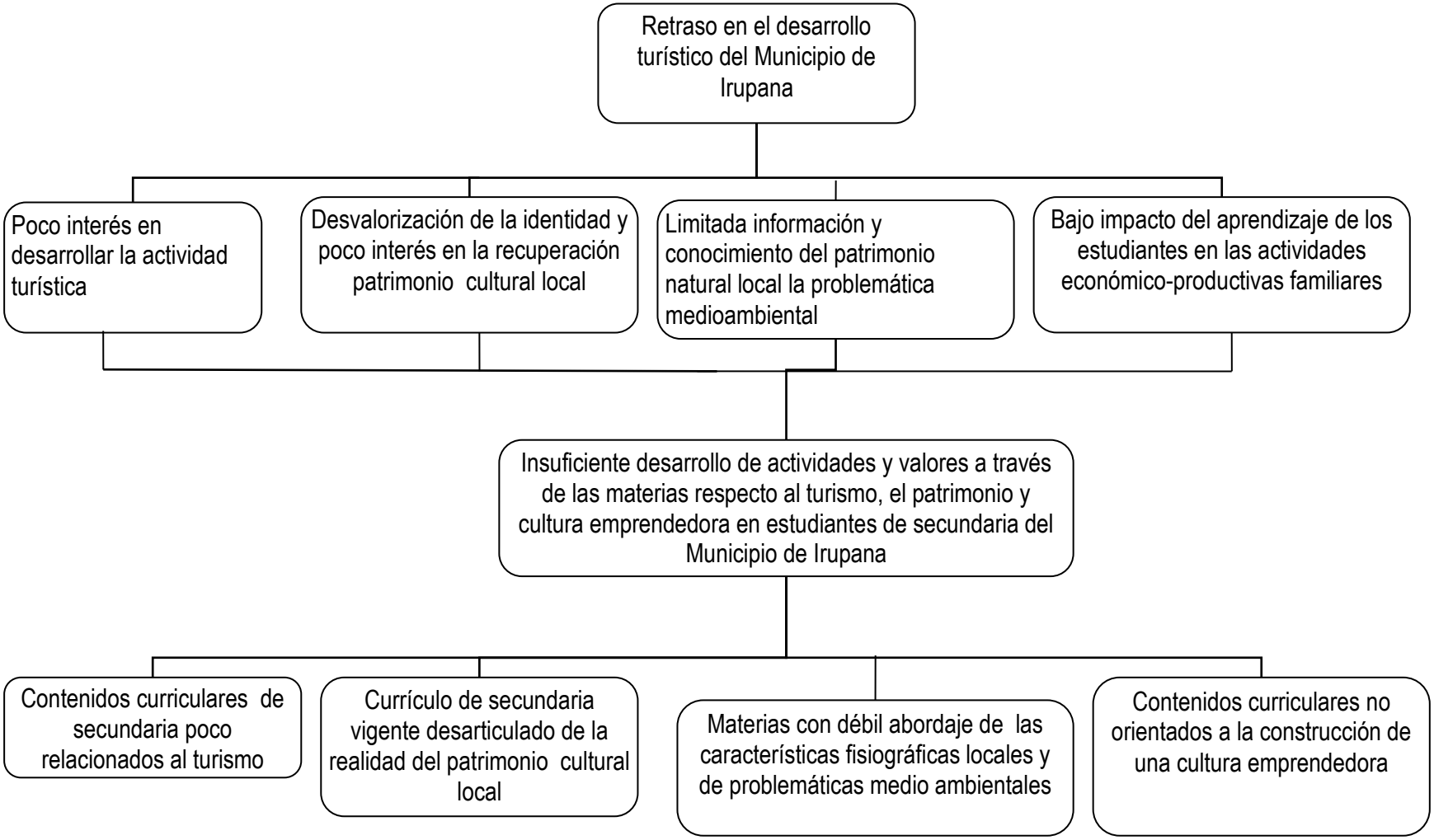
El segundo problema identificado es que los estudiantes que asisten a los colegios no reciben una enseñanza que los encamine a conocer, identificar y proteger su patrimonio cultural, pues en todo el tiempo que estudian no se abordan temas acerca del patrimonio local. Todo ese proceso ocasiona que no se tenga ese sentido de protección, lo que provoca un lento proceso de desgaste y pérdida de hechos culturales, y de recursos histórico - monumentales. Se pretende llegar a estudiantes de secundaria para que a medida que se forman vayan transmitiendo ese sentido de protección a sus familias y esa indiferencia se minimice.

El tercer problema identificado es que las materias de secundaria, dan a conocer a los estudiantes de manera muy superficial, las características naturales de la zona, y la problemática ambiental a nivel global, que de alguna manera llega a afectar al municipio. Al no profundizar en esos temas, el desinterés de proteger ese entorno inmediato es latente, y afecta al sustento de las actuales y futuras familias, en las usuales actividades o en nuevos emprendimientos.

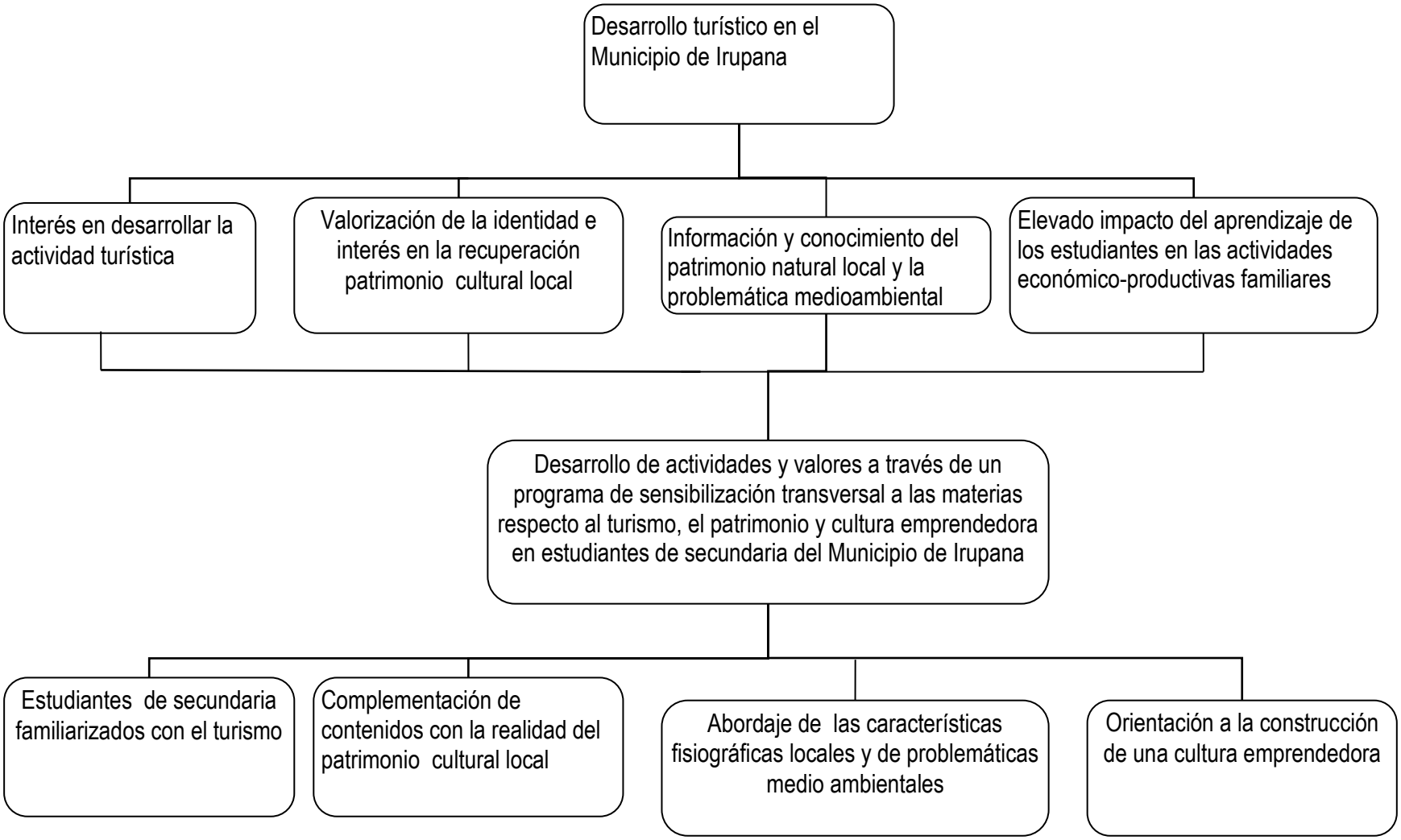
El cuarto problema identificado, es que a través de los contenidos curriculares de las materias no se promueve una cultura emprendedora, que permitan mejorar la actual actividad económica de las familias de los estudiantes o motivarles a emprendimientos futuros.

Esos problemas convergen en uno principal que es el insuficiente desarrollo de actitudes y valores a través de contenidos curriculares respecto al turismo, el patrimonio cultura emprendedora en estudiantes de secundaria del Municipio de Irupana. Esto motiva a la realización de este proyecto ya que con la participación de estudiantes en este proceso es posible la motivación por desarrollar el turismo, hacerlos responsables de la protección del patrimonio, para que éstos sean aprovechados, y de esa manera la actividad turística alcance un desarrollo ordenado, gestionado y operado por ellos mismos, así también surjan empresas relacionadas directa o indirectamente con el turismo en el municipio, con productos servicios competitivos y sostenibles.

3.3. Estructura de problemas



3.4. Árbol de objetivos



3.5. Conclusiones

Por lo descrito anteriormente se puede concluir lo siguiente:

- El Municipio de Irupana, es extenso. Su superficie involucra espacios fisiográficos como la Cordillera, Valles Interandinos, Yungas Medio y Yungas Bajo, esa diversidad en territorio repercute en variedades de flora y fauna, y determina el modo de vida de los habitantes asentados en ellos. Lamentablemente esta riqueza no es transmitida en su verdadera dimensión a los estudiantes de secundaria en los establecimientos educativos del municipio.

- Resulta preocupante el haber observado en el sector Irupana la reducción de bosques, cuyos terrenos son habilitados para cultivos, principalmente de coca, así como la dispersión de basura. En el sector Illimani lo más resaltante en el aspecto ambiental fue la contaminación de las aguas producto de la minería, sus efectos nocivos afectan también al otro sector, así como las aguas del río Choqueyapu, que atraviesan la región arrastrando la contaminación de otros municipios, entre ellos La Paz. Como consecuencia del Calentamiento Global la disminución de los glaciares es evidente, así como el crecimiento de los ríos (de manera excesiva en algunas épocas produciendo pérdidas), los cuales, además de la contaminación por la minería, se suma la eliminación de excretas y el incorrecto uso de productos agroquímicos.

  Existen fenómenos naturales como las heladas, lluvias o vientos, que cada vez son más difíciles de pronosticar y por lo tanto, controlar los efectos. Si bien en los establecimientos educativos llegó a abordarse esta temática, no se llevaron a cabo acciones específicas y no llega a considerarse al entorno como un patrimonio a proteger y legar a las futuras generaciones.

- En lo referido al patrimonio cultural, el legado arqueológico es impresionante y disperso a lo largo y ancho del municipio, resaltando Pasto Grande, sitio que poco a poco está generando interés para ser investigado. El contraste territorial entre ambos sectores (Irupana e Illimani) genera también un contraste en las expresiones culturales, añadido a la presencia de asentamientos de origen africano, demuestra la existencia de un potencial que puede ser aprovechado de manera sostenible a través del turismo. Lamentablemente estos elementos, tampoco son dados a conocer y analizados a profundidad en los establecimientos educativos.

- En referencia a la producción, es evidente que un gran porcentaje se destina a la exportación de productos agrícolas, principalmente de características ecológicas; sin embargo, este proceso tiene mayor impacto en el sector Irupana, donde existen emprendimientos exitosos, tanto desde el ámbito privado como sindical. En el sector Illimani la realidad es un tanto diferente, además de la dificultad en el traslado de los productos, por el estado de los caminos, no se han llevado a cabo procesos de asistencia técnica, capacitación y otros, con la perseverancia y profundidad como se lo hizo en el sector Irupana, destinándose gran parte de los cultivos al autoconsumo.

Las experiencias con las que se cuenta en el municipio, son un claro ejemplo de lo que es la cultura emprendedora. El resultado sería mucho mayor si es que en los establecimientos educativos desde muy jóvenes, se da este impulso, hecho que actualmente no ocurre.

- Respecto al turismo, para el presente proyecto se han tomado en cuenta los atractivos principales que pueden atraer la atención del turista, éstos son parte del patrimonio natural y cultural local; pero, como se describió anteriormente no están siendo reconocidos como tal y por lo tanto no son protegidos ni aprovechados. Por otro lado, al estar en ascenso el precio de los minerales, de la coca y los productos de exportación cuentan con una buena demanda, no se manifiestan expectativas por llevar adelante emprendimientos de carácter turístico, con contadas excepciones.

  Si bien en la actualidad no existe un interés latente, es importante enfocar procesos de largo plazo en este aspecto, pues como ocurrió en años pasados la minería puede desplomarse de un momento a otro, y por los efectos de problemas ambientales que se vaticinan, temas agrícolas y pecuarios tendrán también descensos en la producción, se espera no sean alarmantes. Ante esa situación el turismo puede ser una actividad dinamizadora de la economía local. Para ello será importante que desde el colegio se los introduzca de manera correcta en esta temática, pues ante esas situaciones, muchos de los actuales estudiantes serán autoridades, profesionales, trabajadores, padres y madres de familia, ellos deberán tomar decisiones, y el turismo puede representar una alternativa.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA

La realización del Programa de Sensibilización en Turismo, Patrimonio y Cultura Emprendedora, contempla los siguientes elementos:

- El diseño de material gráfico explicativo respecto a cada temática, incluye gráficos, narraciones, definiciones y contenidos.
- Sugerencias de uso para profesoras y profesores.
- Realización de un taller de trabajo por sector con los profesores, en el cual se explique el uso del material.

El material y los contenidos diseñados se desarrollarán básicamente en cuatro programas:

- Propuesta 1: Aprendiendo sobre Turismo

  La temática relacionada con Turismo, será desglosada en el transcurso de Primero de Secundaria.
- Propuesta 2: Nuestro Patrimonio

  La temática relacionada con Patrimonio, será desglosada en el transcurso de Segundo de Secundaria.
- Propuesta 3: Hacia el Emprendimiento

  La temática relacionada con Cultura Emprendedora, será desglosada en el transcurso de Tercero de Secundaria.
- Propuesta 4: Trabajando por un Futuro

  Para cuarto de secundaria se plantea un trabajo de aplicación de las temáticas desarrolladas, a través de la cual los estudiantes conformen grupos de trabajo y lleven a cabo alguna actividad productiva, apoyados en el material diseñado y adaptado para este fin.

DESTINATARIOS

El material está destinado a estudiantes del nivel secundario del Municipio de Irupana. Los intermediarios serán profesores de distintas áreas, quienes podrán hacer uso de este material para el desarrollo de las temáticas propuestas y a la vez relacionarlos con los contenidos de sus materias.

ALCANCES DEL PROGRAMA

Con el buen uso que se haga del presente material, se esperan los siguientes alcances a largo plazo:

- ☑ Productividad, enfocado a que los estudiantes aprovechando lo que tienen a su alrededor, estén predispuestos a darle Valor Agregado y por lo tanto abrirse oportunidades de negocio.
- ☑ Calidad, en la presentación de los diferentes atractivos y en los productos - servicios que se le brinda al turista, así como en sus actividades económicas cotidianas.
- ☑ Recursos humanos, orgullosos de lo que tienen (patrimonio), de lo que son y con actitudes emprendedoras.
- ☑ Creatividad, que permita innovar constantemente actividades en armonía con su cultura y la naturaleza.

PROGRAMA 1: APRENDIENDO SOBRE TURISMO

Objetivo

Introducir a los estudiantes en la comprensión y análisis del turismo como actividad económica, social con fuerte vinculación cultural y ambiental.

Contenidos

- Definición
- Clasificación
    - Excursionismo
    - Turismo Interno
    - Turismo Receptivo
    - Turismo Emisivo
- Tipos de Turismo
    - Turismo Clásico
    - Turismo de Aventura
    - Turismo de Interés Especial
- Un Tour
- Atractivos
    - Naturales
    - Culturales
    - Histórico monumentales
- Servicios
    - Hospedaje
    - Alimentación
    - Guías de turismo
    - Agencias (operadoras, de viaje y mayoristas)
    - Información, asistencia y protección al turista
    - Museos
    - Artesanías
    - Transporte
    - Servicios complementarios
- Turista
- Impactos Positivos y Negativos
- Sostenibilidad y Turismo
- Principios
    - Conservación Ambiental
    - Integración Cultural
    - Rentabilidad Económica
- Características
- Turismo Sostenible
- Turismo Sostenible y Comunidad
- Ecoturismo
    - Potencialidades y Limitaciones

DESARROLLO DE CONTENIDOS

Turismo: Hecho económico resultado del desplazamiento temporal de personas a un territorio diferente al de su residencia y trabajo habitual donde, además, reside una sociedad que tiene sus propias particularidades.

El turismo engloba múltiples actores, estructuras institucionales, procesos de producción y actividades. Para un buen funcionamiento necesita de la participación de muchos sectores. Es un complejo sistema pues produce efectos en los diversos ámbitos y entornos en los que actúa (económico, social, cultural, político, ambiental, físico, tecnológico) y para su desarrollo requiere el aporte de varias ciencias, aunque el turismo en sí no es una ciencia.
Analizando cada situación encontramos lo siguiente:
Doña María de Flores: ella es boliviana nacida en Irupana, actualmente vive con sus 4 hijos en la ciudad de La Paz, trabaja en un hospital. Cuando acompañó a su hijo a Tiwanaku, realizaron excursionismo.

Excursionismo: desplazamientos de personas hacia sitios fuera del lugar de residencia y trabajo habitual, menor a una noche por razones diferentes al lucro.

Al decidir retornar al lugar con todos sus hijos para visitar el sitio arqueológico y otros lugares más y eso le tomaría más de un día, tuvieron que quedarse más de un día, lo que realizaron fue turismo interno.

Turismo Interno: desplazamientos hacia sitios diferentes al lugar de residencia y trabajo habitual, por razones diferentes al lucro y que no implica cruzar las fronteras del país.

Tiwanaku es uno de los lugares con mayor visita de turistas nacionales, extranjeros y excursionistas, una mayoría de las empresas ofrecen paquetes hacia éste sitio y mucha gente va por cuenta propia, por eso es considerado un tour clásico.

Turismo Clásico: es la visita y/o recorrido cotidiano por los sitios más representativos de un centro poblado, así como hacia una determinada población.

Don José Flores: él es boliviano nacido en Laza, viajó a Italia para vivir y trabajar en ese país, ahora ése es su entorno cotidiano de residencia y trabajo, desde ahí manda dinero a su familia. Cuando decide visitar a sus familiares, amigos y realizar actividades culturales (p.e. bailar morenada) en el país, él llega en calidad de turista a Bolivia, pues se quedará un tiempo limitado y luego retornará al lugar donde cotidianamente vive y trabaja.

Turismo Receptivo: es aquel conjunto de turistas que llegan a un determinado país, diferente al lugar de su residencia habitual, dentro el cual se encuentran los diferentes sitios que desean conocer y visitar.

El Sr. Geovanny Macelly, quien también vive y trabaja en Italia, de los muchos viajes que realiza, al venir a Bolivia para llevar a cabo actividades que implican esfuerzo físico, quiere experimentar sensaciones fuertes, busca aventuras. Para Italia, él forma parte del turismo emisivo.

Turismo Emisivo: es la salida de un conjunto de personas de su lugar de residencia y trabajo habitual, hacia otros países, con el fin de realizar actividades en sitios que desean conocer y visitar.

Turismo de Aventura: actividades que implican esfuerzo físico y riesgo controlado.

Bianca Macelly, estudiante investigadora llegará a La Paz – Bolivia, se quedará cerca de un año (ocho meses), si bien establecerá residencia en La Paz, estará en constantes viajes hacia el municipio de Irupana y requerirá de diferentes servicios, su fin acá es el de investigación, esto es conocido como Turismo de Interés Especial.

Turismo de Interés Especial: es el desplazamiento de turistas motivado por una acción o pasión concreta.

Tour

Tour: Es la visita guiada a uno o varios atractivos turísticos naturales y/o culturales en un determinado destino, compuesto por servicios y actividades realizadas de acuerdo al tipo de tour.

Atractivos

Para el desarrollo del turismo un elemento clave es la existencia de espacios y conjuntos humanos en los cuales y con los cuales puedan realizarse actividades de investigación, aventura, compartimiento o simplemente observación. Éstos forman parte del Patrimonio del municipio. Sin embargo, de todos esos elementos, sólo algunos resaltan más que otros y son capaces de atraer la atención de foráneos, éstos son considerados atractivos.

Atractivo: son los sitios, objetos y/o actividades que generan un interés turístico y motivan el desplazamiento temporal de las personas.

Los atractivos se clasifican en Naturales, Culturales e Histórico Monumentales:

Atractivo Natural: referidos a las condiciones ambientales y físicas de un lugar, en las cuales para su existencia no ha intervenido el hombre.

Tanto a Bianca como al Sr. Macelly, les llamó mucho la atención este tipo de atractivo. Bianca decidió realizar investigaciones en espacios naturales. Su padre hará uso de espacios naturales diferentes, pero dentro del mismo municipio para la práctica de deportes de aventura.

Los Atractivos Naturales se clasifican en:

Montañas y Cordilleras	Aguas Subterráneas
Puna, Altiplano y Valles	Tierras Insulares
Llanuras	Lugares de Caza Fotográfica
Lagos	Lugares de Observación de Flora y Fauna
Ríos y Caídas de Agua	Áreas Naturales Protegidas
Fenómenos Cársticos (Cuevas y Cavernas)	Formaciones Geológicas y Paleontológicas

Atractivo Cultural: son la herencia de un pueblo, sus tradiciones y costumbres típicas.

Es por este tipo de atractivos, por el que se desplazó Don José, hacia una Fiesta Patronal en su tierra natal: Laza, para bailar morenada. También se toma en cuenta dentro de esta clasificación:

Grupos Étnicos	Festivales
Idioma	Fiestas Populares y Religiosas
Artesanías	Instrumentos Musicales
Música Danzas	Esculturas, Pinturas
Creencias Populares	Murales
Medicina Popular	Arte Rupestre
Esoterismo	Actividades Deportivas
Ferias y mercados	Concursos
Gastronomía	Congresos y Convenciones

Atractivo Histórico Monumental: son las construcciones de valor histórico y artístico, así como las huellas de la memoria de los pueblos.

A ésta clasificación pertenecen atractivos sitios como Tiwanaku y Pasto Grande, su clasificación también incluye:

Legado Arqueológico	Explotaciones Mineras
Caminos y Senderos Prehispánicos	Obras de Ingeniería
Centros Poblados y Ciudades	Explotaciones Agropecuarias
Monumentos, Edificios y Obras de Arquitectura	Complejos Industriales
Lugares de Interés Histórico	Zoológicos, Jardines Botánicos
Museos y Salas de Exposición	Observatorios Astronómicos

Productos Servicios

Si bien los atractivos son la "materia prima" del turismo, por sí mismos no tienen la capacidad de proyectar el crecimiento de la actividad, elementos claves y de los cuales se obtienen los diferentes beneficios, principalmente

económicos, son los productos y servicios puestos a disposición directa del turista. Por ejemplo, los miembros de la Familia Flores no pudieron quedarse mucho tiempo en Pasto Grande, pues no existían servicios, no tenían dónde comer, dormir, no había quién pueda explicarles acerca de la región, el transporte es poco frecuente, no había servicios higiénicos y muchos otros elementos.

Servicio: es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente.
Producto: es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos.

Existen servicios que son para la prestación directa del turista y otros que son complementarios.
Los servicios turísticos son los siguientes:

Servicio de Hospedaje: es el negocio destinado a alojar a personas de forma temporal, en estructuras construidas o acondicionadas para tal fin.

Como Don José tenía un lugar donde llegar, no hizo uso de este servicio. Sin embargo, el Sr. Macelly accedió a un hotel de 5 estrellas, existen desde una estrella, también otros tipos de establecimientos de hospedaje: Apart Hoteles, All Suites Hoteles, Hostales, Residenciales, Alojamientos, Casas de Huéspedes, Cabañas y Albergues, es importante tomar en cuenta también las áreas de camping.

Servicio de Alimentación: todos los locales públicos que sirven a los consumidores comidas y/o bebidas para ser consumidas, a un determinado precio.

Cuando una persona accede a un hotel es común que se le brinde también alimentación; sin embargo, no todo el tiempo se consumen alimentos dentro el Hotel. Por ejemplo, Don José que no se hospedó en ningún hotel, busca lugares donde en familia puedan compartir unos platos especiales típicos del país, como un fricasé, lechón, charquekan, chairo, chicharrón y otros, pues no puede disfrutarlos en Italia. El Sr. Macelly, tiene referencias de que en Bolivia hay una variedad de platos y muy sabrosos, pero se debe tener cuidado de cómo están preparados y si son del día. Son muy pocos los lugares confiables. Por todas las actividades que debe hacer prefiere optar por un menú vegetariano y busca restaurantes que ofrezcan platos de su país. Pese a esa previsión, se compró una salteñitas, que le hicieron daño a él y a su hija.

Servicio de Guías de Turismo: es la prestación de servicios de personas que con el conocimiento e información que tienen de un determinado sitio (s) o actividad(es) dirigen a los turistas en los tours.

Don José, como ya había vivido acá no necesitó de este servicio; sin embargo, el Sr. Macelly sí, él fue muy meticuloso al momento de elegir a los guías que lo acompañarían en su aventura en el Illimani, prácticamente de

ellos dependía. Al haber recibido tan buen servicio, les consultó respecto a quién podría acompañarlo a sus demás viajes. Tomó la sugerencia, buscó a la persona sugerida sin importar el precio que cobrara por sus servicios y fue con ella con quién hizo los demás recorridos. La guía era una persona puntual, responsable y con mucha información, además de muy entretenida. Si bien tuvo la mala experiencia con las empanaditas, la imagen que le dejaron los guías respecto al país, fue positiva.

Empresas de Viajes:
Agencias de Viajes y Turismo: Empresa que se especializa en diferentes tipos de servicios en beneficio del viajero, tales como reservaciones de boletos y alojamiento en hoteles, programación de tours, arrendamiento de autos, etc.
Operadoras de Turismo Receptivo: Empresa que organiza viajes colectivos centrándose en el diseño de paquetes turísticos, elaborados y puestos a la venta con anticipación a la demanda real.

Su labor es muy importante, pues son éstas las que diseñan paquetes turísticos y sobretodo promocionan los diferentes atractivos y actividades que pueden realizarse en un determinado lugar. Para ello los diferentes sitios que tengan potencial turístico, deben ser dotados de servicios básicos.

Como pudo escucharse en la historia, el Sr. Macelly, con bastante tiempo de anticipación buscó información, analizó ofertas y tomó aquella que le ofrecía, principalmente, mayor seguridad. Ésta empresa para ser contratada debe encontrarse bien equipada y contar con recurso humano de primer nivel. Asimismo, los contactos con otras operadoras y agencias de viaje que trabajan en las áreas que el Sr. Macelly visitará, también deben ser de las mejores.

Además de los servicios descritos anteriormente, para una mejor estadía, es importante que también exista:

Centros de Información y Asistencia al turista

Museos y Centros de Interpretación

Artesanías

Transporte

Otros Servicios

Bancos – Casas de Cambio

Internet – Telecomunicaciones

Centros de Atención Médica

Rent a car

IMPACTOS DEL TURISMO

Positivos

Para que con el turismo, una determinada región reciba estos impactos es necesario la **planificación.**

Los principales impactos son:

Desarrollo Sectorial: entendido como el causado por el crecimiento permanente, racional y equilibrado de los sectores productivos, motivado por la demanda de bienes y servicios para el consumo directo e inmediato de los turistas (Ej. Sector Hotelero).

Cada agrupación de servicios representa un sector productivo. Mientras más turistas lleguen a una determinada región, serán necesarios más servicios, por lo que se abrirán más negocios, los que al asociarse podrán aportar a la promoción y desarrollo del turismo en la región.

Desarrollo regional: el turismo puede contribuir al desarrollo económico y social de múltiples zonas, en especial de aquellas zonas marginadas y con bajo nivel de desarrollo industrial.

Con la llegada de turistas a regiones, principalmente alejadas, donde los atractivos están muy bien conservados, es posible:

- Aumentar la renta disponible por habitante.
- Generar alza del nivel cultural y profesional de la población.
- Puede iniciar un proceso de industrialización básica.
- Generar cambios en los movimientos migratorios.

Efecto multiplicador: el movimiento económico generado por el turismo no se limita a la que se origina en aquellos sectores más directamente relacionados, pues el gasto inicial de los turistas hace que las empresas que proporcionan bienes y servicios a los turistas realicen compras a otros empresas suministradoras, creándose un proceso dinámico de modo que el efecto final sea muy superior al gasto inicial.

Creación de empleo: al surgir la necesidad de atender la llegada masiva de visitantes a un centro determinado se incrementa las plazas de los servicios de hospedaje, se abren nuevos establecimientos de restauración o medios de transporte, se necesitan guías de turismo generando así un aumento de la demanda del factor trabajo, concentrado en mano de obra difícil de reemplazar con maquinaria.

Inversiones: si bien el turismo no es un factor influyente en el crecimiento de la inversión global, tiene un valor especial como sector pues las inversiones son a nivel regional y local.

El turismo por lo general incide en:

- Construcción y equipamiento de servicios turísticos.
- Construcción y equipamiento de servicios complementarios.
- En obras públicas (infraestructura básica, caminos).
- Medios de transporte.
- Promoción.

Generación de rentas fiscales: éstas a favor del Estado, a través de tributos que gravan a los sujetos a través de impuestos al consumo turístico y rentas de aduanas por importaciones para satisfacer las necesidades de los turistas; también a través de tasas municipales, contribuciones especiales y otros que permiten mejorar el entorno municipal y cubrir necesidades.

Comercio exterior: el turismo tiene influencia en las exportaciones e importaciones.

Exportaciones:

- Ejerce un papel promotor sobre la compra de productos del país receptor.
- Las campañas de promoción del turismo exponen igualmente productos del país que favorece su consumo posterior.
- El consumo de los turistas extranjeros durante su estancia es ya una exportación, puesto que adquiere un producto y servicio nacional y lo paga con otra unidad monetaria.

Importaciones:

- Respecto a productos demandados directamente por los turistas y que el país receptor no produce.
- Importaciones que se generan en el proceso productivo de las empresas que prestan los servicios a los turistas.
- Importaciones provocadas por las interrelaciones de las empresas que están en contacto con el turismo y las que suministran bienes y servicios a las primeras para los turistas.

Capacitación: pues se elevan éstos niveles en la población, como condición indispensable para el soporte de la actividad a largo plazo.

Ambiental: se basa en un menor consumo energético y en tecnologías no contaminantes, promueve la recuperación de lugares naturales con fines turísticos. También se preocupa por generar y mantener una conciencia conservacionista tanto en los habitantes del lugar como en los visitantes.

Calidad: asegurando buenos servicios y buena atención, tratando de captar una demanda con mayor poder adquisitivo garantizándoles una buena experiencia.

Control: se desarrollan estos criterios, como ser la capacidad de carga con el fin de proteger el destino turístico, también el control de calidad de los servicios, para asegurar una buena experiencia tanto para los residentes como para los visitantes.

Autoestima: es reforzada al saber que la herencia cultural y el patrimonio histórico y natural es apreciado y valorado por propios y extraños.

Relaciones interinstitucionales: éstas se fortalecen, pues es fundamental para un buen desarrollo de la actividad la coordinación y colaboración entre diferentes instancias del poder público y de éstas respecto al sector privado.

Impactos Negativos

Cuando el turismo empieza a crecer en una determinada región **sin** un proceso de planificación, es más vulnerable a sufrir éstos impactos:

Escasa participación de la población local que puede provocar marginación económica y social.

El agotamiento de los recursos provocado por una actividad turística descontrolada.

Un proceso acelerado de desgaste de las instalaciones o edificios constantemente visitados, a un ritmo superior a su normal mantenimiento.

Excesiva concentración de público, espacios reducidos o mal dimensionados puede llegar a un nivel indeseable causando insatisfacción o incomodidad a los visitantes.

La presión turística puede alterar los valores culturales y hábitos tradicionales de la población local.

Sobreexplotación del recurso natural, por encima de los límites que impiden su regeneración.

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 y delincuencia.

Existe el riesgo de masificación y de un excesivo abaratamiento del destino, con graves efectos sobre el entorno y pocos beneficios económicos.

Contaminación atmosférica, acústica, acuática o visual.

Conflictos entre actividades por el uso del suelo como ser industria, ganadería respecto al turismo.

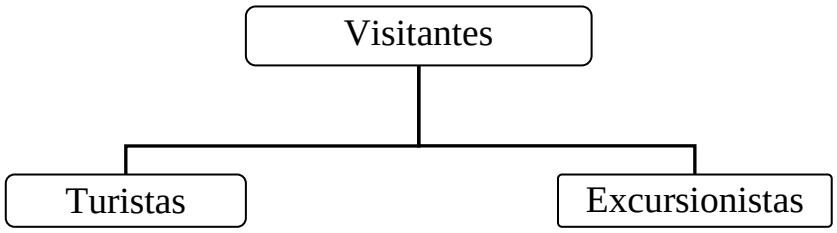
Las variaciones climáticas y las condiciones políticas y sociales, pueden determinar que la dependencia excesiva del turismo se convierta en un negocio riesgoso.

Hay que tomar muy en cuenta que la actividad turística es muy sensible a los conflictos, en especial sociales, que atenten contra la seguridad del viajero. El efecto es difícil de cuantificar puesto que no sólo es percibido en el presente sino que impacta en las futuras llegadas.

Visitantes, Turistas, Excursionistas

Es la persona que se aleja de su entorno de residencia y trabajo habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, hacia territorios donde residen sociedades que tienen sus propias particularidades, para conocer nuevos lugares, sus atractivos, su gente y compartir con ellos, quieren realizar actividades, pagan por ellas y por los servicios que consumen.

A todo viajero relacionado con el turismo se le denomina visitante, el turista es el visitante que pernocta o permanece por lo menos una noche en el lugar visitado. Al visitante que realiza viaje de un día y no pernocta en el lugar visitado se le llama excursionista.



EL TURISTA TRABAJA EN SU CIUDAD Y AHORRA PARA PODER VIAJAR Y DISFRUTAR DEL LUGAR QUE VISITA**.** UN TURISTA **NO** VIAJA PARA TRABAJAR.

El turista es una persona como cualquiera de nosotros. Con valores propios, con virtudes y defectos, con intereses particulares, con mucha información, conocedor de sus derechos y que procura invertir (no gastar) su dinero en donde obtenga mayores beneficios por el.

Sostenibilidad y Turismo

El desarrollo sostenible ha sido definido como "un desarrollo que satisfaga las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades". Esta definición fue empleada por primera vez en 1987 en la Comisión Mundial del Medio Ambiente de la ONU, creada en 1983.

El desarrollo sostenible es un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar nuestro capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas. Siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende. Hace énfasis en la necesidad de:

- Equidad y Justicia, para garantizar los derechos de los pobres de futuras generaciones.
- Visión de Largo Plazo, aplica el principio de precaución.
- Pensamiento en los sistemas, comprensión de las interconexiones entre el medio ambiente, la economía y la sociedad.

Principios

- Conservación ambiental, refiriéndose a que los procesos de extracción, industrialización y servicios los desarrollen en armonía con el medio ambiente protegiendo los recursos naturales, reduciendo la contaminación y conservando el patrimonio edificado.

- Integración cultural, entendida como la participación de la población local en los beneficios directos de los procesos productivos, implica también la revalorización de tradiciones y el respeto de valores culturales.

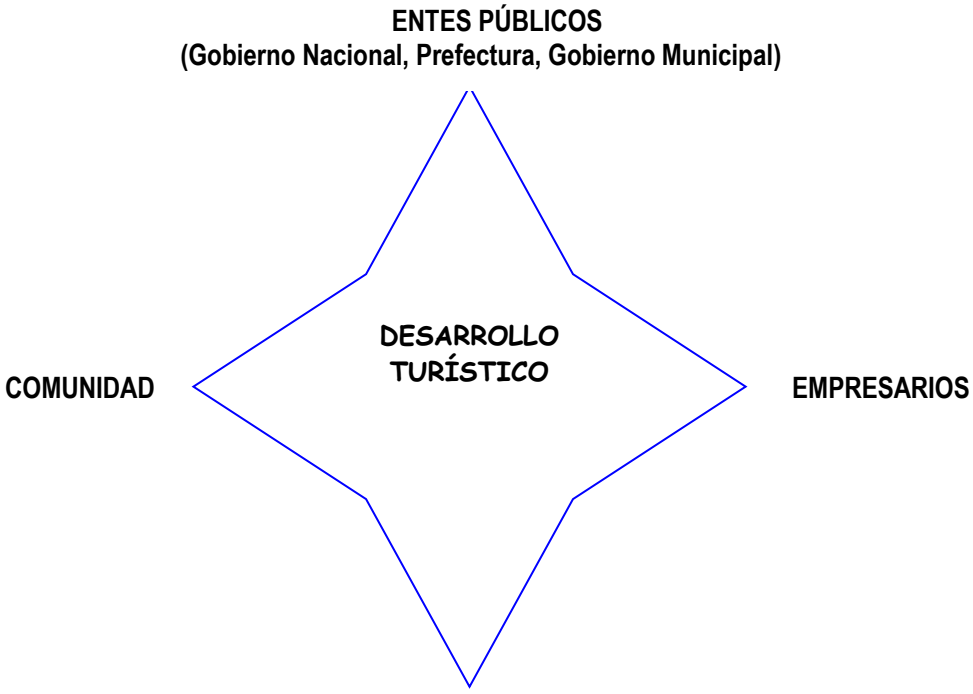
- Rentabilidad económica, refiriéndose a que todo emprendimiento productivo que tenga las anteriores características también debe ser capaz de generar empleo, oportunidades de negocios e incrementar los ingresos tanto de los pobladores locales como de los inversores, a través de negocios productivos que respondan al interés de nuestros grupos relacionados y sirvan a la vez para apoyar el progreso de la región.

Características

1. Deben satisfacerse las necesidades básicas de los pobladores, como la comida, ropa, lugar donde vivir y trabajo, eso implica prestar atención a las necesidades, en gran medida insatisfechas. Con el trabajo en la satisfacción de las necesidades de los pobladores, será más fácil satisfacer las necesidades de los turistas.
2. Los límites para su desarrollo no son absolutos, sino que vienen acompañados por el nivel de organización social y preparación de las personas, así como el uso de la tecnología.
3. El impacto sobre los recursos del medio ambiente y la capacidad de nuestro entorno para absorber los efectos de la actividad humana. Es posible mejorar tanto la organización social como la tecnología para abrir paso a una nueva era de crecimiento económico sensible a las necesidades ambientales.
4. Busca la manera de que la actividad económica mantenga o mejore el sistema ambiental y asegura que mejore la calidad de vida de todos, no sólo de unos pocos selectos.
5. Usa los recursos eficientemente. Promueve el máximo de reciclaje y reutilización.
6. Pone su confianza en el desarrollo e implantación de tecnologías limpias.
7. Restaura los ecosistemas dañados.
8. Promueve la autosuficiencia regional.
9. Reconoce la importancia de la naturaleza para el bienestar humano.
10. Cambia esta forma de pensar:
    - ✘ “los hombres civilizados estamos fuera de la naturaleza y que no nos afectan sus leyes.
    - ✘ el éxito de la humanidad se basa en el control y el dominio de la naturaleza.
    - ✘ la Tierra tiene una ilimitada cantidad de recursos a disposición de los humanos”.

Actores del Desarrollo Turístico

Para alcanzar el desarrollo turístico, deben intervenir diferentes actores, cada uno de ellos con roles distintos, pero complementarios, trabajan juntos para lograr una meta común. Éstos son:



- **Tareas de la municipalidad:**
  - Formulación y ejecución de planes y proyectos para el desarrollo turístico.
  - Promoción del turismo
  - Mejorar los ingresos municipales.
  - Regular la ordenación espacial y dotar de las infraestructuras y equipamientos necesarios al municipio.
  - Elevar la capacitación técnica.
  - Lograr una gestión eficiente de los medios económicos y humanos disponibles.
  - Velar por la conservación del patrimonio natural y edificado.

- **Tareas de los empresarios:**
  - Realizar inversiones.

- Promocionar las actividades que pueden hacerse en el municipio.
- Disponer de mano de obra capacitada y eficiente.

- Coordinar con los emprendedores locales la prestación de servicios a los turistas.

- **Tareas de la comunidad:**

  - Estar atentos a procesos de preparación para aprovechar las oportunidades de negocios y trabajo, que permitan bienestar social.
  - Participación en las decisiones políticas que afectan su modo de vida.
  - Conservar el patrimonio natural, histórico y cultural, por su simple disfrute y también para garantizar el propio sustento familiar.

- **Tareas de Organizaciones Sin Fines de Lucro**
  - Brindar apoyo técnico a las poblaciones receptoras.
  - Promover el manejo sostenible de los recursos naturales y culturales.
  - Intermediarios en la consecución de recursos financieros.
  - Fortalecer las capacidades locales, a través de programas de capacitación, y formación del Recurso Humano.

Turismo Sostenible

"El turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida".

El turismo sostenible debe:

1. **Dar un uso óptimo a los recursos ambientales** que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
2. **Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas**, conservar sus activos culturales arquitectónicos antiguos y vivos y sus valores tradicionales, contribuir al entendimiento y a las tolerancias interculturales.
3. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que **reporten a todos los actores unos beneficios socioeconómicos** bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

Se desarrolla siguiendo éstos enunciados:

- El turismo sostenible estimula la compresión de los impactos del turismo sobre los entornos naturales, culturales y humanos.
- El turismo sostenible garantiza una distribución justa de costos y beneficios.
- El turismo genera empleo local, tanto directamente en el sector turístico como en diversos sectores de apoyo y de gestión de recursos.
- El turismo estimula industrias nacionales rentables: hoteles y otras instalaciones de alojamiento, restaurantes y otros servicios de alimentación, sistemas de transporte, artesanía y servicios de guía.
- El turismo genera divisas para el país e inyecta capital y fondos frescos en la economía local.
- El turismo diversifica la economía local, especialmente en zonas rurales donde el empleo agrícola puede ser esporádico o insuficiente.
- El turismo sostenible requiere la adopción de decisiones en todos los sectores sociales, incluidos las poblaciones locales, de forma que el turismo y los otros usuarios de los recursos puedan coexistir. Con la incorporación de la planificación y calificación de terrenos, se garantiza un desarrollo turístico adecuado a la capacidad turística del ecosistema.
- El turismo estimula mejoras en el transporte, las telecomunicaciones y otras infraestructuras comunitarias básicas.
- El turismo crea instalaciones de esparcimiento que pueden ser usadas por las comunidades locales o por los visitantes nacionales extranjeros. También estimula y contribuye a costear la conservación de los yacimientos arqueológicos, edificios y barrios históricos.
- El turismo de naturaleza estimula el uso productivo de terrenos marginales para la agricultura, permitiendo que grandes extensiones sigan cubiertas de su vegetación natal.
- El turismo cultural refuerza la autoestima comunitaria y ofrece la oportunidad de un mejor entendimiento y comunicación entre pueblos de diferente base cultural.
- El turismo sostenible, desde el punto de vista del medio ambiente, pone de relieve la importancia de los recursos naturales y culturales para el bienestar económico y social de una comunidad y puede contribuir a preservarlos.
- El turismo sostenible vigila, evalúa y gestiona los impactos del turismo, desarrollando métodos fiables de seguimiento ambiental y contrarresta cualquier efecto negativo.

Compatibilidad Ecológica

El turismo como contribución a la conservación y protección de los ecosistemas de la tierra. La existencia de parajes naturales y hábitats intactos es y seguirá siendo un requisito básico para el turismo. Por eso, son

necesarias estrategias para la conservación de los recursos y la reducción de las emisiones contaminantes, un concepto de planificación medioambiental y paisajística que garantice una mejor compatibilidad medioambiental del turismo y de las actividades relacionadas con el mismo a todos los niveles.

Compatibilidad sociocultural

El turismo sostenible como contribución al intercambio entre culturas y el entendimiento entre los seres humanos, con independencia de su origen, lengua y religión. El turismo debe posibilitar una dinámica cultural autónoma de las regiones y contribuir a la justicia social. Los turistas son visitantes de las regiones de destino, pero las regiones no son simples museos. Las regiones son, en primer lugar, el espacio vital de sus habitantes y su función como centro de servicios para el turismo debe tener una consideración secundaria. El turismo orientado a la justicia social debe fomentar la conservación de los valores socioculturales.

Compatibilidad económica

El turismo sostenible debe perseguir los criterios de un crecimiento económico cualitativo, que posibilite la creación y distribución de riqueza a medio y largo plazo, teniendo en cuenta los costes y los beneficios ecológicos y sociales. El turismo puede y debe contribuir al bienestar de las regiones de destino (garantizando una renta, mejorando la calidad de vida). El turismo puede ayudar a minimizar e incluso a equilibrar los déficits estructurales de las regiones remotas y menos desarrolladas, siempre que esté integrado en una economía intersectorial y articulada en torno a las características específicas de la región, para aportar una mayor contribución a la creación de valor en el ámbito regional.

Turismo Sostenible y Comunidad

Uno de los principios básicos del turismo sostenible es involucrar a las comunidades locales para que se beneficien de la conservación, del desarrollo económico y de la educación.
Involucrar a los habitantes locales en actividades de ecoturismo no sólo contribuye a la satisfacción de sus necesidades económicas sino también al mantenimiento y consolidación de su “sentido de pertenencia”, lo que es crucial para garantizar la conservación a largo plazo.

Involucramiento comunitario en el turismo sostenible:
desde pasivo hasta activo, desde individual hasta colectivo

Naturaleza del involucramiento	**Involucramiento pasivo**	**Involucramiento activo**	**Participación plena**
INDIVIDUOS	Personas locales ocupando empleos y vendiendo recursos	empresas gestionadas por empresarios locales	red de industrias locales suministrando la mayoría de los bienes y servicios
Cambio requiere:	*entrenamiento, crédito, acceso a los mercados, políticas oficiales de apoyo*		
INSTITUCIONES COMUNITARIAS (líderes)	reciben ingreso colectivo por ejemplo, dado por operadores privados como donativos o para cumplir con las regulaciones	obtienen ingresos por ejemplo, alquilando recursos, comprometen cooperación, poseen empresas comunitarias aprueban las decisiones de planificación	deciden qué ganar y cómo tienen la palabra decisiva en las decisiones de planificación gestionan colectivamente los recursos comunes
Cambio requiere:	*definidos por la comunidad; derechos/poder sobre recursos y decisiones para el mercado; capacidad para ejercer plenamente sus derechos*		
TODOS LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD	Aprender de las decisiones "comunitarias"	recibir sus partes del ingreso comunitario consultados sobre las decisiones comunitarias	participación colectiva en las decisiones sobre el uso de los recursos, ingresos, y conflictos
Cambio requiere:	*Procesos participativos para involucrar interesados y en las tomas de decisiones*		

Fuente: Maldonado, 2006.

Los dos factores principales para fomentar las oportunidades locales de ganancias son:

- **entrenamiento** de personas locales y desarrollo de habilidades profesionales turísticas.
- **apoyo a emprendimientos locales**: además del apoyo convencional a la pequeña empresa, como crédito y entrenamiento, es importante corregir las políticas gubernamentales que inadvertidamente puedan poner en desventaja a los empresarios locales con relación a los operadores corrientes.

Ecoturismo

Se puede definir como los "viajes ambientalmente responsables a las áreas naturales, con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza (y cualquier elemento cultural, tanto pasado como presente), que promueva la conservación, produzca un bajo impacto de los visitantes y proporcione la activa participación socioeconómica de la población local". (The Nature Conservation Society)

- **Potencialidades y Limitaciones**

Potencialidades

El ecoturismo abraza los principios del turismo sostenible en relación con los impactos económicos, sociales y medioambientales del turismo. Se adhiere asimismo a los principios específicos siguientes, que lo diferencian del más amplio concepto de turismo sostenible:

- √ Contribuye activamente a la conservación del patrimonio natural y cultural.
- √ Incluye a las comunidades locales e indígenas en su planificación, desarrollo y aprovechamiento y contribuye a su bienestar.
- √ Interpreta el patrimonio natural y cultural del destino para los visitantes, se presta mejor a los viajeros independientes, así como a los circuitos organizados para grupos de tamaño reducido.
- √ Mayor interés y orgullo en la cultura, bienes e identidad de una región.
- √ Oportunidades para que las comunidades obtengan ingresos colectivos.
- √ Catalizador para mejorar la gestión local de los recursos naturales. El turismo es una de las pocas industrias adecuadas para áreas rurales, remotas y/o subdesarrolladas, y para terrenos marginales.
- √ En el pasado, ha sufrido menores fluctuaciones de precios que muchas otras industrias de exportación, tales como las de minerales y bienes agrícolas.
- √ El turismo no se enfrenta a barreras proteccionistas (tales como tarifas comerciales, cuotas), como sucede como muchas otras exportaciones hacia países industrializados.
- √ Es un sector de servicio relativamente intenso en mano de obra, con oportunidades limitadas de que las personas sean reemplazadas por nuevas tecnologías y capital.
- √ Es posible establecer vínculos con la economía local, a través del desarrollo de empresas que suministren productos y servicios al comercio turístico.
- √ Puede diversificar las economías rurales basadas en la agricultura, particularmente en áreas propensas a la sequía o donde están disminuyendo los ingresos agrícolas.
- √ Atrae la inversión del sector privado, a diferencia de algunas otras iniciativas de desarrollo rural.

- √ La industria turística global está creciendo (a más o menos 4.4% por año, según los últimos estimados de la OIT con un crecimiento particular en el ecoturismo.
- √ Se basa en recursos renovables (vida silvestre y hábitat), así que, en principio, puede ser sostenible ecológicamente. También puede ser menos consumidor de recursos tales como energía y materias primas, que otras industrias.
- √ El turismo, con frecuencia, puede generar mayores ganancias que otros usos de la vida silvestre. Estas ganancias locales pueden compensar los daños de la vida silvestre a cultivos y ganado, y por la pérdida del acceso a áreas núcleos de vida silvestre, así que la vida silvestre se convierte en un beneficio neto para los residentes locales y, por lo tanto, un bien a proteger.

- √ En áreas con alto potencial turístico, los réditos pueden exceder los réditos de otros usos de la tierra, y así justificar el mantener o restaurar el hábitat de vida silvestre.
- √ El valor que los turistas asignen a los recursos naturales y culturales locales puede a su vez aumentar el reconocimiento de sus valores entre los residentes locales.
- √ Con frecuencia, los turistas se interesan en el patrimonio cultural y desean "interacción cultural". Aún cuando su interés principal sea ver vida silvestre o paisajes, atracciones adicionales son los bailes locales, visitas a hogares o pueblos tradicionales, y la compra de artesanía. Una pequeña minoría desearía específicamente saber que su viaje es "ético" y será atraída hacia aquellas aventuras que claramente beneficien comunidades.
- √ El involucramiento local en el turismo también puede beneficiar, a largo plazo, a la industria turística al ayudar a mantener el apoyo público y político hacia el turismo como una industria nacional, y/o asegurando la conservación de los bienes naturales.
- √ Oportunidad de privilegio para operar en áreas protegidas (públicas o privadas) que garantizan la integridad cultural y la permanencia de los procesos ecológicos esenciales.
- √ Establecimiento del concepto de pago por derechos de visita y derechos de operación y/o prestación de servicios, para financiar el manejo de las áreas conservadas y el mantenimiento de los recursos.
- √ Desenvolvimiento de actividades educativas, de sensibilización y de interpretación hacia los usuarios de los recursos y para los visitantes.
- √ Utilización de tecnologías apropiadas *(ecotécnicas)* en infraestructuras, facilidades, instalaciones y equipamientos, para minimizar los efectos negativos sobre el medio.
- √ Involucramiento de las poblaciones locales y de los entes relacionados con la conservación del área, en tareas de investigación, interpretación, manejo y operación turística.
- √ La expansión del **ingreso colectivo**, y la promoción de la **distribución equitativa** de él.

Limitaciones

Es necesario identificar y reconocer los límites del desarrollo de actividades ecoturísticas, en especial para las comunidades, de manera general se presentan los siguientes:

- disponibilidad de infraestructura y condiciones de operación técnica;
- disponibilidad de personal entrenado; y
- condiciones de competencia en el mercado.

Con el ecoturismo es posible conllevar muchos costos para las áreas locales, algunos de los beneficios esperados y descritos anteriormente pueden encontrar estas limitaciones:

1. Beneficios financieros limitados

Hay evidencias de que realmente muy poco del gasto por los turistas queda en la localidad visitada (el problema de "fuga"). Por ejemplo, mucho del gasto de los turistas sirve para gastar en bienes y servicios importados a la localidad. Los turistas económicos pueden disfrutar de un lugar al tiempo que gastan muy poco allí, particularmente al viajar en vehículos donde incluso cargan con sus alimentos. De lo que queda en el país, apenas una proporción quedará en la localidad realmente visitada.

Usualmente hay muchas barreras para las iniciativas locales de empresas turísticas en áreas rurales pobres, tales como falta de crédito, experiencia comercial, la necesidad de inversiones que con frecuencia conllevan un alto riesgo y un retraso de uno a dos años antes de que se vean los beneficios.

2. Distribución desigual de los beneficios

Los beneficios del turismo pueden ser acaparados por una pequeña élite dentro de la comunidad. Aquellos con mayor poder, educación, habilidades para hablar o quienes por casualidad viven en el lugar correcto, son los que tienen más oportunidades de conseguir nuevos empleos, establecer empresas, hacer tratos con foráneos, o controlar el ingreso colectivo ganado por la comunidad, o, tal como se ha observado en algunos casos, alterar los sistemas tradicionales de compartir los riesgos y gestionar colectivamente los recursos.

3. Daño a los recursos naturales, acceso perdido, gestión alterada.

Los turistas pueden hacer daños a los recursos naturales tales como la vegetación y el agua, a través del sobre uso o una actividad no controlada. Un problema menos tangible pero probablemente más dañino es el riesgo de que el turismo cause un aumento en los conflictos sobre el acceso a terrenos y recursos: por ejemplo, entre operadores

turísticos o gerentes de parque que desean una exclusiva área de vida silvestre/turismo, y residentes que desean acceso y recolección de recursos.

4. Empleos en lugar de una ruta para salir de la pobreza

Aunque el turismo provee empleos para los residentes locales, con frecuencia estos son empleos no calificados, tales como en limpieza y cocina, con pocas perspectivas de promoción. El auto-empleo como el de guías puede ser rentable para los jóvenes, pero lleva a poco en el futuro. Pocas compañías turísticas o gobiernos están deseosos o capaces de invertir lo suficiente en entrenamiento y capacitación para permitir que las personas locales lleguen a graduarse para empleos gerenciales y profesionales.

5. Participación limitada, el control permanece en los foráneos

Los residentes locales pueden obtener beneficios monetarios significativos del turismo, pero aún así no controlan el desarrollo del turismo en su área, con una débil participación en las decisiones y la capacidad para iniciar nuevos emprendimientos. Esto contrasta con las tradicionales actividades de subsistencia, tales como la agricultura o la recolección, que generalmente están controladas por el individuo o la familia. El "desarrollo" (en oposición al simple crecimiento) requiere de un incremento en la capacidad para tomar e implementar alternativas, no solamente un ingreso salarial.

6. Riesgos de sobre-dependencia y no sostenibilidad

El ecoturismo puede proveer un complemento útil a los modos tradicionales de subsistencia, como fuente de ingresos monetarios. Sin embargo, existe el riesgo de que la inversión excesiva de recursos (tales como tiempo, terreno, agua) en el ecoturismo pueda estar en conflicto con los modos de vida y la seguridad alimenticia; si, por ejemplo, se usa el agua para el turismo en lugar de para la producción de cultivos, la vida silvestre compite con el ganado por la vegetación; o se reduce la actividad de recolección de productos silvestres debido a la declaración de áreas exclusivas para la vida silvestre o el turismo. La baja en el turismo es un riesgo especialmente donde el número en aumento de visitantes causa daño a la base de recursos o entra en conflicto con el atractivo del área como un destino "no descubierto" o prístino.

7. Intrusión y trastornos culturales

La intrusión del turismo puede conducir a la pérdida de privacidad y a trastornos. En algunos casos, el turismo es también responsabilizado por la erosión de la cultura y la importación de influencias externas.

8. Conservación vs Beneficios

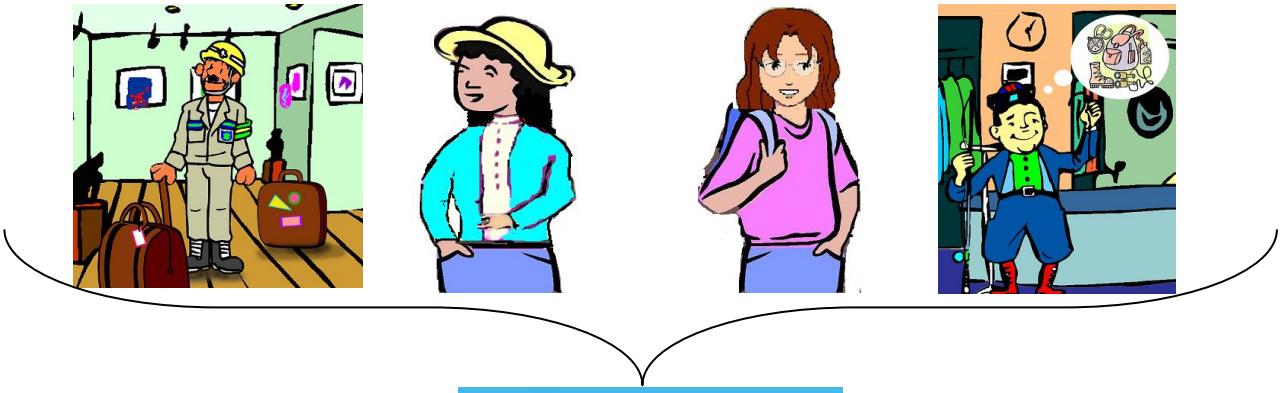
- La conservación de las especies o hábitat usualmente depende en el compromiso de todos los residentes, mientras que los beneficios económicos del turismo probablemente serán recibidos únicamente por una minoría.
- Aún si los beneficios se distribuyen ampliamente, el vínculo entre el ingreso obtenido del turismo y la conservación de la base de recursos naturales pudiera no ser localmente evidente, no llega a sentirse.
- No está claro que el turismo pueda generar suficiente dinero para costear la vida silvestre, excepto en unas pocas áreas principales. A medida que los parques son presionados por los Gobiernos para que sean auto-financiados, habrá menos oportunidades para compartir el ingreso por el turismo con los residentes.
- La gestión colectiva de recursos no solamente depende de incentivos, sino en que las personas locales tengan derechos, responsabilidades, habilidades así como las apropiadas instituciones de gestión.

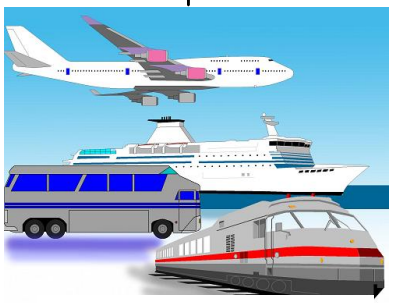
Estrategias Didácticas

Para la presente propuesta se diseñó el material impreso, consistente en dos afiches y una narración complementaria a éstos.

Afiche 1

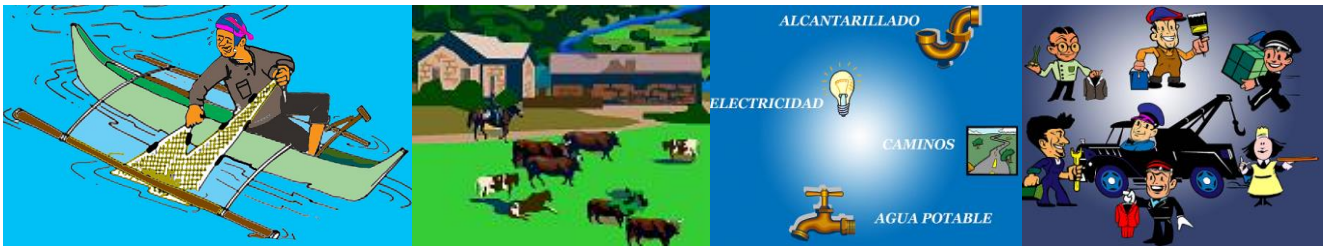
Afiche 2





TRANSPORTE

HOSPEDAJE ALIMENTACIÓN GUÍA EMPRESAS DE VIAJES



El material impreso, anteriormente presentado, respecto a la temática propuesta está relacionado con la narración de la siguiente historia, con la cual se ejemplifican los conceptos que se pretenden transmitir a los estudiantes.

Primera Narración

Esta es la situación de dos familias: la familia Flores (de Irupana-Bolivia) y la familia Macelly (de Roma-Italia).
La familia Flores tuvo que separarse por razones económicas, el papá (don José), viajó para trabajar como obrero en una fábrica de Italia. La mamá (doña María) trabaja como enfermera en un hospital de la ciudad de La Paz y está a cargo de sus cuatro hijos. Don José trabaja en la fábrica del señor Macelly.

La familia Macelly está compuesta por el Sr. Giovanny Macelly (viudo) exitoso empresario y su hija Bianca, quien está concluyendo la carrera de botánica en la Universidad de Milán, y quiere realizar investigaciones respecto cómo afecta el cambio climático en la región andina, ha escogido para este fin Bolivia. La tensión que conlleva administrar varias empresas hace que el Sr. Macelly en la temporada de vacaciones, busque aventura y alejarse de su complejo mundo unos instantes, inspirarse y generar nuevas ideas y así retornar renovado a su trabajo. Esto lo consigue viajando a lugares distantes, donde pueda estar en contacto con la naturaleza, específicamente practicando caminatas y escaladas en roca y hielo. El Sr. Macelly practica estos deportes desde hace varios años y ha recorrido muchos países, tiene referencias de un majestuoso nevado en una ciudad pequeña llamada La Paz, en Bolivia.

Doña María tuvo que viajar a Tiwanaku acompañando a uno de sus hijos en la excursión de su curso, le impactó mucho el lugar, ese avance tecnológico alcanzado en tiempos remotos, esa exactitud lograda hizo que la Sra. decidiera volver con todos sus hijos y quedarse un poquito más de tiempo para conocer también parte del pueblo, aunque le disgustó la cantidad de basura dispersa provocado por los mismos visitantes. Por otro lado, Don José está esperando sus vacaciones para participar de la Fiesta del Señor de Mayo, viajará a Bolivia, a encontrarse con toda su familia e ir a bailar morenada a Laza, extraña mucho el aire puro de su tierra natal, los alimentos con sabor natural y pijchar coquita.

El Sr. Macelly se alista para venir a Bolivia, ya ha realizado contactos con empresas que prestan los servicios de escalada y trekking, está analizando también los perfiles de quienes serán sus guías, está buscando un buen hotel donde pueda quedarse a dormir y comer. Además de revisar el Internet, está consultando con familiares y amigos que ya hayan visitado el país y practicado estos deportes. Considera tambien la posibilidad de llegar directamente en avión o talvez visitar uno o dos países antes y llegar por tierra a La Paz.

Por otro lado, Bianca está esperando la aprobación oficial de su proyecto de investigación, ya ha realizado varios trámites y está analizando los servicios que necesitará para su estadía de ocho meses. Decidió que investigará en el municipio de Irupana, por la diversidad de suelos identificados en éste. Estableció contactos con algunos residentes italianos que viven en La Paz para ayudarle a buscar vivienda.

Don José viaja en avión a Bolivia, llega muy contento a La Paz, en el aeropuerto le esperan sus cuatro hijos y su esposa, la familia está muy emocionada, estarán juntos cerca de un mes, después de cinco años. Doña María también sacó vacaciones, ya comunicó a algunos familiares de Laza que Don José llegó y que se encontrarán en la fiesta del Señor de Mayo, donde él bailará morenada.

Con la aprobación del proyecto, Bianca se dispuso venir a La Paz, desde las alturas le impactó mucho todo ese espacio verde lleno de grandes ríos y de vegetación, luego ver la cordillera, con este contraste de paisajes, ella se dio cuenta que Bolivia no era como la imagen que tienen en su país, mayoritariamente altiplánico. Si bien al salir del aeropuerto de El Alto, sintió un poco de malestar, le impactó el majestuoso Illimani – con la idea que su padre lo iba a escalar -, le llamó mucho la atención la cholita y la manera cómo la ciudad de La Paz se había expandido por los cerros. Se instaló en el departamento que le ayudaron a conseguir. Estableció contactos con algunas instituciones... ya está lista para iniciar su investigación.

En Italia el Sr. Macelly, decidió que el paquete exclusivo lo tomará de la empresa "Wonderful" Operadora de Turismo, especialista en andinismo, que funciona con siete empleados de planta además de personal externo como guías especializados incluso en el extranjero, porteadores, muleros, cocineros, chóferes. El servicio tiene un precio de $us. 120 por día. Sus guías son el Sr. Juan Escobar, con titulación de Guía de Alta Montaña en Francia y el Sr. René Callisaya, con cursos de especialización en Alemania. Ya la Operadora le hizo las reservas en el Hotel "Mágico" de 5 estrellas, que brinda habitaciones muy cómodas, en el establecimiento trabajan 27 personas desde la administración hasta la limpieza, independientemente contratan servicios de lavandería, tapizado, plomeros, electricistas, bordadores y albañiles, entre otros. Para el servicio de A y B (Alimentos y Bebidas), tienen contratos con productores y distribuidores de los diferentes insumos e ingredientes para su menú diario.

Antes de llegar a Bolivia, tomó el vuelo para visitar Cuzco en Perú (ahora declarado maravilla del mundo), ingresó a Bolivia por Kasani en transporte terrestre, estuvo en Copacabana. Llega a La Paz, se encuentra con su hija Bianca y pasan juntos algunos momentos.

Inicia un proceso de aclimatación, la ruta que eligió es la más peligrosa, si bien es un experimentado escalador, debe mantenerse bien preparado. Y llegó el día, junto con él partió un Inglés amigo suyo, gerente de otra empresa muy exitosa en su país. Junto con ellos partieron los dos guías, un cocinero y dos porteadores con un total de ocho mulas. Inician la caminata hacia el campo base, ésta dura aproximadamente 6 horas van admirando los paisajes, realizaron algunos rituales al pie del nevado, llegan al lugar sin ningún problema, descansan después de haber alistado todo el equipo para partir en la madrugada. A la hora señalada toman todo el equipo y parten de manera ordenada con un guía por delante y otro por detrás. El trayecto incluye algunos tramos de caminata, otros en los que se debe escalar roca y otros en los que se debe escalar hielo. Hasta que al fin llegan a la meta alcanzada, el Sr. Macelly se siente en la cima del mundo, queda maravillado por todo lo que puede divisar: la cordillera en todo su esplendor y el Lago Titicaca, y por el otro lado un contraste de nubes y espacios verdes de vegetación que le hacen sentir que está en la cúspide de un paraíso y saber que en ese espacio trabajará su hija. Por razones de seguridad y

de salud de los pasajeros, no pueden quedarse mucho tiempo. Inician el descenso con mayor cuidado. Llegan al campo base todos sanos y salvos, descansan esa noche y al día siguiente retornan a la ciudad de La Paz, donde nuevamente se encontrará con su hija y con ella visitará otros lugares como Tiwanaku, y el Salar de Uyuni lamentablemente consumieron algún tipo de alimento que les provocó dolores estomacales, más bien recibieron atención médica y no se complicó; Potosí, Sucre vuelve a La Paz, para salir en avión hacia Argentina estar ahí unos días y luego retornar a su país. Mientras viajaban visitaron casetas de información turística donde le hablaron de otros lugares muy interesantes que se propuso, en un futuro, volver para conocerlos, en especial en Irupana que es el municipio donde trabajará su hija, donde se enteró que pueden practicarse caminatas de hasta 10 días, se puede realizar rafting y parapente, entre otros. Antes de partir él y su hija realizan visitas a museos, luego se van a comprar artesanías para familiares y amigos por la calle Sagárnaga y Linares, les asustó mucho el ver el asalto a otros extranjeros.

La familia Flores, por su lado, se encuentran disfrutando de la fiesta en Laza. Fueron a visitar su terrenito que está descuidado, nadie puede hacerse cargo de cultivarlo y por lo tanto lo dejan así, hasta que por lo menos los chicos salgan profesionales y ese sea el lugar donde Don José y Doña María pasen su vejez. Por lo impactada que quedó Doña María con Tiwanaku, después de la fiesta impulsó a toda su familia a visitar Pasto Grande; siendo de Irupana, nunca antes habían estado por ahí, el lugar no está tan trabajado como Tiwanaku, pero por ahí tiene sus tesoros escondidos. El viaje fue un tanto incómodo, pues no había un buen lugar donde puedan comer o dormir y el camino está en malas condiciones. Después de esta visita, volverán a La Paz, Doña María a su trabajo, don José descansará unos días más y regresará a Italia para continuar con sus labores habituales.

En el aeropuerto de Roma Don José reconoce al Sr. Macelly, se saludan y empiezan a hacer charla respecto a los viajes que realizaron en sus vacaciones, se sorprendieron lo cerca que estuvieron, pero el Sr. Macelly, es el que se quedó más sorprendido al saber que en su empresa trabaja una persona proveniente de la región en la cual su hija está desarrollando su investigación. Al saber esto don José inmediatamente brindó su colaboración en hacerle contactos con familiares y compadres, quienes puedan brindarle información y colaborarle en las tareas que Bianca requiriese.

Bianca está muy contenta de haber estado con su padre en un país diferente, varios días. De ahora en adelante se dedicará a su investigación y a algunos viajes cortos a lugares cercanos.

ACTIVIDAD

Para la realización de la actividad es necesario tomar en cuenta las experiencias de viaje que tuvieron los estudiantes, cuyas razones sean diferentes a las del trabajo.

Se les propone, conformen grupos y realicen una investigación respecto a los sitios que visitan los turistas (si existe flujo turístico), ó sitios que podría tener un interés turístico (si no existe flujo turístico).

En caso de que exista flujo turístico, es importante impulsar un acercamiento a los turistas para conocer los motivos de su viaje hasta la región, la impresión que se llevan del lugar y si se sienten satisfechos con los servicios prestados.

En los sitios donde no exista flujo turístico, después de identificar los sitios potenciales, encargarles la manera de cómo harían para dar a conocerlos.

PROGRAMA 2: NUESTRO PATRIMONIO

Objetivo:

Reconocer la importancia del patrimonio y cultural natural, que motive a su protección y valoración por parte estudiantes de segundo de secundaria.

Contenidos:

- ☑ ¿Qué es Patrimonio?
- ☑ Recursos Naturales
- ☑ Ecología
- ☑ Problemáticas vinculadas a los recursos naturales
    - Calentamiento Global – Efecto Invernadero
    - Lluvia ácida
    - Contaminación de las Aguas
    - Basura
    - Contaminación del Aire
    - Deforestación
    - Erosión
- ☑ Recursos Culturales
- ☑ Raíces culturales en Los Andes
- ☑ Nuestro Municipio
    - Características (Regiones Fisiográficas, Hidrografía, Orografía, Recursos Naturales)
    - Historia
    - Cultura

DESARROLLO DE CONTENIDOS

¿QUÉ ES PATRIMONIO?

El patrimonio de una nación es el territorio que ocupa, su flora y fauna, y todas las creaciones y expresiones de las personas que lo han habitado: sus instituciones sociales, legales y religiosas; su lenguaje y su cultura material desde las épocas históricas más antiguas. El patrimonio comprende los bienes tangibles e intangibles heredados de los antepasados; el ambiente donde se vive; los campos, ciudades y pueblos; las tradiciones y creencias que se comparten; los valores y religiosidad; la forma de ver el mundo y adaptarse a él.

NATURALEZA

Montañas y Cordilleras

Puna, Altiplano y Valles

Llanuras

Lagos y lagunas

Ríos y Caídas de Agua

Fenómenos Cársticos (Cuevas y Cavernas)

Aguas Subterráneas

Flora y Fauna

Áreas Naturales Protegidas

Formaciones Geológicas y Paleontológicas

ECOLOGÍA[1]

Estudio de la relación entre los organismos y su medio ambiente físico 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 del suelo, el agua y la atmósfera. El medio ambiente biológico está formado por los organismos vivos, principalmente plantas y animales.

Ecosistema

---

[1]"Ecología," *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000.* © 1993-1999 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

Resulta más útil considerar a los entornos terrestres y acuáticos, *ecosistemas,* término acuñado en 1935 por el ecólogo vegetal sir Arthur George Tansley para realzar el concepto de que cada hábitat es un todo integrado. Un *sistema* es un conjunto de partes interdependientes que funcionan como una unidad y requiere entradas y salidas. Las partes fundamentales de un ecosistema son los productores (plantas verdes), los consumidores (herbívoros y carnívoros), los organismos responsables de la descomposición (hongos y bacterias), y el componente no viviente o abiótico, formado por materia orgánica muerta y nutrientes presentes en el suelo y el agua. Las entradas al ecosistema son: energía solar, agua, oxígeno, dióxido de carbono, nitrógeno y otros elementos y compuestos. Las salidas del ecosistema incluyen el calor producido por la respiración, agua, oxígeno, dióxido de carbono y nutrientes. La fuerza impulsora fundamental es la energía solar.

Los ecosistemas funcionan con energía procedente del Sol, que fluye en una dirección y con nutrientes, que se reciclan continuamente. Las plantas usan la energía lumínica transformándola, por medio de un proceso llamado fotosíntesis, en energía química bajo la forma de hidratos de carbono y otros compuestos. Esta energía es transferida a todo el ecosistema a través de una serie de pasos basados en el comer o ser comido, la llamada red trófica. En la transferencia de la energía, cada paso se compone de varios niveles tróficos o de alimentación: plantas, herbívoros (que comen vegetales), dos o tres niveles de carnívoros (que comen carne), y organismos responsables de la descomposición. Sólo parte de la energía fijada por las plantas sigue este camino, llamado red alimentaria de producción. La materia vegetal y animal no utilizada en esta red, como hojas caídas, ramas, raíces, troncos de árbol y cuerpos muertos de animales, dan sustento a la red alimentaria de la descomposición. Las bacterias, hongos y animales que se alimentan de materia muerta se convierten en fuente de energía para niveles tróficos superiores vinculados a la red alimentaria de producción. De este modo la naturaleza aprovecha al máximo la energía inicialmente fijada por las plantas.

En ambas redes alimentarias el número de niveles tróficos es limitado debido a que en cada transferencia se pierde gran cantidad de energía (como calor de respiración) que deja de ser utilizable o transferible al siguiente nivel trófico. Así pues, cada nivel trófico contiene menos energía que el que le sustenta. Debido a esto, por ejemplo, los venados (herbívoros) son más abundantes que los lobos (carnívoros).

El flujo de energía alimenta el ciclo biogeoquímico o de los nutrientes. El ciclo de los nutrientes comienza con su liberación por desgaste y descomposición de la materia orgánica en una forma que puede ser empleada por las plantas. Éstas incorporan los nutrientes disponibles en el suelo y el agua y los almacenan en sus tejidos. Los nutrientes pasan de un nivel trófico al siguiente a lo largo de la red trófica. Dado que muchas plantas y animales no llegan a ser comidos, en última instancia los nutrientes que contienen sus tejidos, tras recorrer la red alimentaria de

la descomposición, son liberados por la descomposición bacteriana y fúngica, proceso que reduce los compuestos orgánicos complejos a compuestos inorgánicos sencillos que quedan a disposición de las plantas.

Los nutrientes circulan en el interior de los ecosistemas. No obstante, existen pérdidas o salidas, y éstas deben equilibrarse por medio de nuevas entradas o el ecosistema dejará de funcionar. Las entradas de nutrientes al sistema proceden de la erosión y desgaste de las rocas, del polvo transportado por el aire, y de las precipitaciones, que pueden transportar materiales a grandes distancias. Los ecosistemas terrestres pierden cantidades variables de nutrientes, arrastrados por las aguas y depositados en ecosistemas acuáticos y en las tierras bajas asociadas. La erosión, la tala de bosques y las cosechas extraen del suelo una cantidad considerable de nutrientes que deben ser reemplazados. De no ser así, el ecosistema se empobrece. Es por esto por lo que las tierras de cultivo han de ser fertilizadas.

Si la entrada de un nutriente excede en mucho a su salida, el ciclo de nutrientes del ecosistema afectado se sobrecarga, y se produce contaminación. La contaminación puede considerarse una entrada de nutrientes que supera la capacidad del ecosistema para procesarlos. Los nutrientes perdidos por erosión y lixiviación en las tierras de cultivo, junto con las aguas residuales urbanas y los residuos industriales, van a parar a los ríos, lagos y estuarios. Estos contaminantes destruyen las plantas y los animales que no pueden tolerar su presencia o el cambio medioambiental que producen; al mismo tiempo favorecen a algunos organismos con mayor tolerancia al cambio. Así, en las nubes llenas de dióxido de azufre y óxidos de nitrógeno procedentes de las áreas industriales, éstos se transforman en ácidos sulfúrico y nítrico diluidos y caen a tierra, en forma de lluvia ácida, sobre grandes extensiones de ecosistemas terrestres y acuáticos. Esto altera las relaciones ácido-base en algunos de ellos, mueren los peces y los invertebrados acuáticos y se incrementa la acidez del suelo, lo que reduce el crecimiento forestal.

Poblaciones

Las unidades funcionales de un ecosistema son las poblaciones de organismos a través de las cuales circulan la energía y los nutrientes. Una población es un grupo de organismos de la misma especie que comparten el mismo espacio y tiempo. Los grupos de poblaciones de un ecosistema interactúan de varias formas. Estas poblaciones interdependientes forman una comunidad, que abarca la porción biótica del ecosistema.

La comunidad tiene ciertos atributos, entre ellos la dominancia y la diversidad de especies. La dominancia se produce cuando una o varias especies controlan las condiciones ambientales que influyen en las especies asociadas. La dominancia puede influir en la diversidad de especies de una comunidad porque la diversidad no se

refiere solamente al número de especies que la componen, sino también a la proporción que cada una de ellas representa.

La naturaleza física de una comunidad queda en evidencia por las capas en las que se estructura, o su estratificación. En las comunidades terrestres, la estratificación está influida por la forma que adoptan las plantas al crecer. Las comunidades sencillas, como los pastos, con escasa estratificación vertical, suelen estar formadas por dos capas: suelo y capa herbácea. Un bosque puede tener varias capas: suelo, herbácea, arbustos, árboles de porte bajo, árboles de porte alto con copa inferior o superior, entre otras. Estos estratos influyen en el medio ambiente físico y en la diversidad de hábitats para la fauna.

La comunidad aporta el hábitat, el lugar en el que viven las distintas plantas o animales. Dentro de cada hábitat, los organismos ocupan distintos nichos. Un nicho es el papel funcional que desempeña una especie en una comunidad, es decir, su ocupación o modo de ganarse la vida.

PROBLEMÁTICAS VINCULADAS A LOS RECURSOS NATURALES

Calentamiento Global – Efecto Invernadero

Es el aumento de la temperatura de la Tierra debido al uso de combustibles fósiles y a otros procesos industriales que llevan a una acumulación de gases invernadero (dióxido de carbono, metano, óxido nitroso y clorofluorocarbonos) en la atmósfera. Desde 1896 se sabe que el dióxido de carbono ayuda a impedir que los rayos infrarrojos escapen al espacio, lo que hace que se mantenga una temperatura relativamente cálida de nuestro planeta. La cuestión es si los crecientes niveles de dióxido de carbono registrados a lo largo del último siglo llevarán a un aumento de la temperatura global, lo que podría producir inundaciones (por subida del nivel de las aguas) e importantes cambios climáticos, con graves implicaciones para la productividad agrícola.

Lluvia ácida

Es la precipitación, normalmente en forma de lluvia, pero también en forma de nieve o niebla, que deposita sustancias desde la atmósfera durante la precipitación. Las sustancias acidificantes pueden presentar un carácter directamente ácido o pueden adquirir dicha condición por transformación química.

La mayor parte de las sustancias acidificantes vertidas al aire son el dióxido de azufre y los óxidos de nitrógeno.

La lluvia ácida provoca impactos ambientales importantes, puede producirse una alteración de la capacidad de los suelos para descomponer la materia orgánica, interfiriendo en el reciclaje de nutrientes. Además de los daños a los suelos, hay que resaltar los producidos directamente a las plantas, ya sea a las partes subterráneas o a las aéreas, que pueden sufrir abrasión (las hojas se amarillean). Hay también evidencias incontrovertibles de daños producidos en los ecosistemas acuáticos de agua dulce, donde las comunidades vegetales y animales han sido

afectadas, hasta el punto de que las poblaciones de peces se han reducido e incluso extinguido. Uno de los grandes peligros de la lluvia ácida es que su efecto en un ecosistema particular, además de poder llegar a ser grave, es altamente impredecible.

Contaminación de las Aguas

Incorporación al agua de materias extrañas, como microorganismos, productos químicos, residuos industriales y de otros tipos, o aguas residuales. Estas materias deterioran la calidad del agua y la hacen inútil para los usos pretendidos.

Los principales contaminantes del agua son los siguientes:

- Aguas residuales y otros residuos que demandan oxígeno (en su mayor parte materia orgánica, cuya descomposición produce la desoxigenación del agua).
- Agentes infecciosos.
- Nutrientes vegetales que pueden estimular el crecimiento de las plantas acuáticas. Éstas, a su vez, interfieren con los usos a los que se destina el agua y, al descomponerse, agotan el oxígeno disuelto y producen olores desagradables.
- Productos químicos, incluyendo los pesticidas, diversos productos industriales, las sustancias tensioactivas contenidas en los detergentes, y los productos de la descomposición de otros compuestos orgánicos.
- Petróleo, especialmente el procedente de los vertidos accidentales.
- Minerales inorgánicos y compuestos químicos.
- Sedimentos formados por partículas del suelo y minerales arrastrados por las tormentas y escorrentías desde las tierras de cultivo, los suelos sin protección, las explotaciones mineras, las carreteras y los derribos urbanos.
- Sustancias radiactivas procedentes de los residuos producidos por la minería y el refinado de minerales y el uso industrial, médico y científico de materiales radiactivos.

El calor también puede ser considerado un contaminante cuando el vertido del agua empleada para la refrigeración de las fábricas y las centrales energéticas hace subir la temperatura del agua de la que se abastecen.

Las principales fuentes de contaminación acuática pueden clasificarse como urbanas, industriales y agrícolas. La contaminación urbana está formada por las aguas residuales de los hogares y los establecimientos comerciales. Durante muchos años, el principal objetivo de la eliminación de residuos urbanos fue tan sólo reducir su contenido en materias que demandan oxígeno, sólidos en suspensión, compuestos inorgánicos disueltos (en especial compuestos de fósforo y nitrógeno) y bacterias dañinas.

Las características de las aguas residuales industriales pueden diferir mucho tanto dentro como entre las empresas. La agricultura, la ganadería comercial y las granjas avícolas, son la fuente de muchos contaminantes orgánicos e inorgánicos de las aguas superficiales y subterráneas. Estos contaminantes incluyen tanto sedimentos procedentes de la erosión de las tierras de cultivo como compuestos de fósforo y nitrógeno que, en parte, proceden de los residuos animales y los fertilizantes comerciales. Los residuos animales tienen un alto contenido en nitrógeno, fósforo y materia consumidora de oxígeno, y albergan organismos patógenos. Los residuos de los criaderos industriales se eliminan en tierra por contención. El principal peligro que representan es la filtración y escorrentías.

Basura

Son materiales sólidos o semisólidos sin utilidad que generan las actividades humanas y animales. Se separan en cuatro categorías: residuos agrícolas, industriales, comerciales y domésticos. Los residuos comerciales y domésticos suelen ser materiales orgánicos, ya sean combustibles, como papel, madera y tela, o no combustibles, como metales, vidrio y cerámica. Los residuos industriales pueden ser cenizas procedentes de combustibles sólidos, escombros de la demolición de edificios, materias químicas, pinturas y escoria; los residuos agrícolas suelen ser estiércol de animales y restos de la cosecha.

Contaminación del Aire

Contaminación de la atmósfera por residuos o productos secundarios gaseosos, sólidos o líquidos, que pueden poner en peligro la salud del ser humano, la salud y bienestar de las plantas y animales, atacar a distintos materiales, reducir la visibilidad o producir olores desagradables.

La concentración de los contaminantes se reduce al dispersarse éstos en la atmósfera, proceso que depende de factores climatológicos como la temperatura, la velocidad del viento, el movimiento de sistemas de altas y bajas presiones y la interacción de éstos con la topografía local, por ejemplo las montañas y valles. A menudo los primeros efectos perceptibles de la contaminación son de naturaleza estética y no son necesariamente peligrosos. Estos efectos incluyen la disminución de la visibilidad debido a la presencia de diminutas partículas suspendidas en el aire, y los malos olores. El creciente consumo de carbón y petróleo desde finales de la década de 1940 ha llevado a concentraciones cada vez mayores de dióxido de carbono. El efecto invernadero resultante, que permite la entrada de la energía solar, pero reduce la reemisión de rayos infrarrojos al espacio exterior, genera una tendencia al calentamiento que podría afectar al clima global y llevar al deshielo parcial de los casquetes polares y de glaciares.

Deforestación

Destrucción a gran escala del bosque por la acción humana. Avanza a un ritmo de unos 17 millones de has. al año (superficie que supera a la de Inglaterra, Gales e Irlanda del Norte juntas) La deforestación no es lo mismo que la degradación forestal, que consiste en una reducción de la calidad del bosque. Ambos procesos están vinculados y producen diversos problemas. Pueden producir erosión del suelo y desestabilización de las capas freáticas, lo que a su vez favorece las inundaciones o sequías. Reducen la biodiversidad (diversidad de hábitats, especies y tipos genéticos), que es especialmente significativa en los bosques tropicales. La cultura y el conocimiento de muchos pueblos habitantes de los bosques han evolucionado a lo largo de los siglos muy ligados a los cuidados del bosque y van desapareciendo junto con éste, al ser cada vez más restringido el acceso al bosque y ser mermados sus derechos tradicionales. La deforestación y la degradación pueden contribuir a los desequilibrios climáticos regionales y globales. Los bosques desempeñan un papel clave en el almacenamiento del carbono; si se eliminan, el exceso de dióxido de carbono en la atmósfera puede llevar a un calentamiento global de la Tierra, con multitud de efectos secundarios problemáticos.

La tala y quema de árboles, es muy practicada por los pequeños agricultores en las regiones tropicales, y es la responsable del 45% de la deforestación. Tras unos pocos años de cultivo, muchos suelos sólo pueden sustentar praderas y matorral, por lo que los agricultores tienen que buscar otros espacios que acondicionan para el cultivo, en este caso mediante la tala de la cubierta vegetal y el fuego. La deforestación con fines agrícolas en suelos no fértiles sólo produce beneficios a corto plazo. Esta técnica de deforestación, muy utilizada para despejar grandes áreas de bosque con fines agrícolas y otros, es muy dañina para el medio ambiente. La gran cantidad de dióxido de carbono desprendida contribuye al efecto invernadero. La desaparición de los árboles y la cubierta vegetal destruyen hábitats, acelera la erosión y multiplica la carga de sedimentos de los ríos, haciendo que las inundaciones estacionales sean mucho más graves.

Las explotaciones madereras constituyen una causa importante de deforestación. La tala suele dañar más árboles de los que derriba. Los productores madereros reponen la cubierta arbórea por medio de plantaciones, o dejan que el área se regenere naturalmente por el proceso de sucesión, aunque, mientras se restablece la comunidad vegetal, se produce la erosión y degradación del suelo.

La deforestación que se realiza para obtener leña constituye un problema. La deforestación que se realiza para crear asentamientos, explotaciones mineras y petrolíferas es localmente significativa. La quema regular de bosques para mantener los pastos es común. La construcción de carreteras y presas ha tenido, como resultado directo, la deforestación.

A menudo varios agentes actúan secuencialmente y provocan la deforestación de una región. La construcción de carreteras incentiva la explotación maderera, que abre el bosque a la explotación agrícola y a la recolección de leña. Alrededor de la mitad de los bosques tropicales talados acaban siendo dedicados a la agricultura.

Erosión

Proceso de naturaleza física y química que desgastan y destruyen continuamente los suelos y rocas de la corteza terrestre, incluyen el transporte de material. La mayoría de los procesos erosivos son resultado de la acción combinada de varios factores, como el calor, el frío, los gases, el agua, el viento, la gravedad, la vida vegetal y animal. En algunas regiones predomina alguno de estos factores, como el viento en las zonas áridas. En función del principal agente causante de la erosión y del tiempo que sus efectos sobre la superficie terrestres tardan en manifestarse, se habla de erosión geológica o natural y de erosión acelerada. La primera es debida a la acción de agentes y procesos naturales que actúan a lo largo de millones de años; mientras que la erosión acelerada es el resultado de la acción antrópica y sus efectos se dejan sentir en un periodo de tiempo mucho menor.

Erosión geológica

Los fenómenos climáticos inician la erosión de los suelos y causan alteraciones en la superficie de sus estratos.

En climas húmedos, la lluvia actúa tanto química como mecánicamente en la erosión de las rocas. El vapor de agua contenido en la atmósfera absorbe dióxido de carbono y lo transforma en ácido carbónico; al precipitar, en forma de lluvia (lluvia ácida), disuelve algunos minerales y descompone otros.

En climas fríos, el hielo rompe las rocas debido al agua que se introduce por sus fisuras y poros y se expande con las heladas. Las rocas también se agrietan por la acción de las raíces de las plantas.

El agua de los arroyos y de los ríos es un poderoso agente erosivo; disuelve determinados minerales y los cantos que transporta la corriente desgastan y arrastran los depósitos y lechos fluviales. Los ríos helados también erosionan sus valles; el lento movimiento del glaciar remueve gradualmente todo el material suelto de la superficie por la que se desliza, dejando algunas partes de roca desnuda cuando el hielo se derrite. Además de movilizar los materiales sueltos, los glaciares erosionan activamente la roca por la que se desplazan; los fragmentos de roca inmersos en el fondo y en los lados de la masa de hielo en movimiento actúan como un abrasivo, al arañar y pulir el lecho rocoso de los lados y del fondo de los valles.

El agua tiene un papel aún más importante en lo que se refiere al transporte de material erosionado. Desde el momento en el que cualquier lugar reciba más agua (en forma de lluvia, nieve derretida o hielo) de la que el terreno pueda absorber, el excedente fluirá hacia niveles más bajos arrastrando el material suelto.

Erosión acelerada

Sin la intervención humana, las pérdidas de suelo debidas a la erosión probablemente se verían compensadas por la formación de nuevos suelos en la mayor parte de la Tierra. En terreno sin alterar, los suelos están protegidos por el

manto vegetal. Cuando la lluvia cae sobre una superficie cubierta por hierba u hojas, parte de la humedad se evapora antes de que el agua llegue a introducirse en la tierra. Los árboles y la hierba hacen de cortavientos y el entramado de las raíces ayuda a mantener los suelos en el lugar, frente a la acción de la lluvia y el viento. La agricultura y la explotación forestal, la urbanización, la instalación de industrias y la construcción de carreteras destruyen parcial o totalmente el dosel protector de la vegetación, acelerando la erosión de determinados tipos de suelos.

☑ **Bienes culturales**

- **Tangibles**

Sitios arqueológicos

Tejidos

Construcciones antiguas

Pintura - escultura

- **Intangibles**

Historia

Danza

Música

Leyendas

Tradiciones y costumbres

Gastronomía

Idioma

☑ **Raíces culturales en los Andes**

Para el ser humano andino, la vida es el resultado de la interacción de las cuatros Pachas, que son el escenario donde se desarrolla el intercambio de esta vitalidad en los diferentes niveles; siendo la tierra el receptor de la vida que debe ser conservada, criada y multiplicada.

Dentro de esta cosmovisión, todo lo que conforma el cosmos tiene la jerarquía de persona y su accionar corresponde a las formas de ser de *la vida una*, que se manifiesta con su propio carácter y cualidades propias de un mundo heterogéneo. Como resultado de la crianza, es siempre modificado y adaptado a las circunstancias de lo imprevisible e inusitado de los cambios constantes del clima y, por su puesto, de la vida en comunidad.

Se considera a los cuatro rayos (Pusicatha illapu) que emergieron del Khun formando los cuatro vórtices sagrados de la vida o *Pachas.*

Jalaxpacha – Infinito

El universo está compuesto por seres de alta jerarquía y es el escenario donde se manifiesta Khun Tikce Pachayachachic o la primigenia luz blanca del rayo cósmico, la serpiente con alas coloridas del arco iris y cuyo

origen se encuentra en el centro de la galaxia que se conoce como el Divino Gran Atractor (Huthumi o madriguera de donde salen las cosas).

Alaj Pacha

Nuestro Willka, el sol, recorre el espacio por las doce constelaciones y los planetas que conforman nuestro sistema solar. Debido a que el recorrido es en forma helicoidal, está generando cambios constantes, ya que no se regresa al mismo punto. Debido a ello, la influencia de los astros en su recorrido cambia constantemente, lo que a su vez tiene influencia directa en el clima y la naturaleza. Está formado por una hueste de entidades o dioses materializados en las estrellas y planetas.

Aka Pacha

Es el tiempo aquí, o la superficie de la tierra y que está inter penetrado por varias dimensiones que son portadoras de la vitalidad que proviene del Alaj Pacha y que transforman esta energía para que sea asimilada por las plantas, los animales y las personas.

En este Pacha se transmutan las energías cósmicas produciéndose los elementos que son la materialización de la mente de los dioses.

Manqha Pacha

Es el tiempo abajo, es el espacio que se encuentra entre el sol interno del planeta y del cual fluyen energías vitales y que se encuentra poblado por entidades minerales que son las que construyen los cuerpos como un sostén de la vida.

Para el observador andino, la conversación de los Pachas se manifiesta como la condensación del pensamiento de los Dioses del Jalaxpacha o Infinito que del Japhalla (vacío) o el Huthumi partió el rayo primigenio Qhun Tiki. Éste, en su recorrido por el universo, se manifiesta generando cambios constantes que, al llegar a nuestro planeta, son capturados por las pirámides que son las montañas nevadas o Apus, condensando el pensamiento divino en forma de agua, la que es repartida a la Pachamama a través de sus venas que son los ríos.

Los Achachila (los espíritus de la naturaleza) son la sustancia espiritual que anima a la naturaleza, los transformadores de energía que proviene del Jalax pacha y del Alaj pacha y que trabajan con los elementos. Los achachila se manifiestan como:

Khuna Achachila, espíritus del fuego que capturan la energía calórica de las estrellas y el Tata Willka, el sol, del calor que emana la tierra desde el Manqha pacha. Lo ofrendan a las plantas en floración, introduciendo este calor a las flores como simiente celeste masculina.

Wayra Achachila, (Wari) espíritus del aire, que capturan la energía lumínica; son los portadores de la luz y del amor cósmico que sirve para tejer la protoplanta a partir de la luz.

Uma Achachila, (Qhucha) espíritus del agua; son los químicos del reino vegetal. Viven en el elemento etéreo del agua, atan y desatan las sustancias del aire introduciéndolas a las hojas de las plantas. Con los elementos del agua combinan lo que los espíritus de la tierra han empujado desde las raíces, produciendo los diferentes compuestos de la planta. Promueven desde las hojas la configuración de la planta.

Laq'a Achachila, (Tiki) espíritus de la tierra. Son los fomentadores de la vida, lo húmedo terreo y ponen en circulación lo mineral de la tierra a las raíces de la planta. Son los portadores o contenedores de las ideas del universo capturadas por los astros y los espíritus del fuego y, cual espejos que reflejan la vida, empujan hacia arriba toda esta energía digerida para que las plantas crezcan aportando el éter vital en que ellos viven.

Wira Achachila, son los espíritus del éter que transportan las ideas que los lejanos astros han configurado en la planta.

La reproducción de las plantas tiene lugar en el invierno, en la región subterránea, cuando la semilla se encuentra con las formas idéicas de los wira – laq'a achachila que recibió por la acción de los uma – wayra achachila. Son ellos quienes las colocaron donde pudieran reunirse con la semilla fecundadora celeste, fruto de los Khuna achachila.

La fecundación se lleva a cabo en virtud de los laq'a achachila que reciben el calor cósmico concentrado que fue transportado por el polen para ser depositado en el ovario.

El vegetal recoge los secretos del universo, los hunde en el suelo y los laq'a achachila los recogen convirtiéndose en portadores de las ideas de todo el universo y las impregnan en la tierra.

La planta brota en determinadas estaciones en que las corrientes espirituales fluyen desde arriba, desde la flor y el fruto (Uma) hacia la raíz y se internan en la tierra (Laq'a). Se les instila lo que la luz (Khun) ha proyectado en las flores, lo que el calor solar ha introducido en las plantas; lo que el aire (Wari) ha efectuado en las hojas y lo que los lejanos astros han configurado en la planta (Wira).

- ☑ **Nuestro Municipio**
  - **Características**

Pisos ecológicos

Para facilitar la descripción física del Municipio se han identificado los pisos ecológicos existentes en el territorio municipal, entendiéndose como piso ecológico, al conjunto de factores bióticos y abióticos similares en un espacio determinado que se caracterizan del resto por la similitud de sus características.

De acuerdo a esta definición en el Municipio se han identificado los siguientes pisos ecológicos: cordillera, valles interandinos, yungas medios y yungas bajos (Referencia basada en el mapa de eco regiones de Bolivia, Ibisch, (P.L. et. al. 2003).

a) Cordillera

Piso ecologico localizado en las faldas de los nevados Mururata e Illimani, su altitud varia entre los 3.500 a 6.000 m.s.n.m (pico del Illimani), presenta un clima frígido donde la presencia de nubes es permanente en la mayor parte del año, lo que implica que existe un aporte significativo de agua a las sub cuencas de la región.

Están ubicados en este piso el cantón **Tres Ríos** (Comunidades: Bolsa Negra, Totorapampa, Kañhuma, Tres ríos) y parte del cantón **Lambate** (comunidades: Totoral y Chuñawi).

b) Valles interandinos

Es una franja intermedia entre los yungas y la cordillera, su altitud va desde los 2.500 a los 3.500 m.s.n.m. aproximadamente, el clima es levemente frígido pero más templado a medida que se desciende hacia los yungas, presentando además estaciones del año muy marcadas.

En este piso ecológico se encuentran los cantones de **Lambate** (comunidades: Lambate, Santa Rosa, Iquico, Chiltuhuaya, Chirocachi, Yayhuati y Quiricoma), el cantón **Pariguaya** (Comunidades: Pariguaya, Apinguela y Curihuati) y el cantón **Taca** (comunidades: Taca, Tonko Phujo, kakani, Quilambaya y Santiago de Taca).

c) Yungas medio

Es el área de mayor presencia humana por su clima favorable, existe mayor presencia de lluvias por la existencia de bosques nublados en partes altas, las temperaturas son cálidas durante el día y frescas en el transcurso de la noche. En estas inmediaciones la actividad agrícola es preponderante, con una presencia elevada de barbechos abandonados o en descanso.

En este piso se encuentran los cantones de **Irupana** (comunidades: Capani Rosariuni, Yanatha, La Avanzada, Sascuya, El Palmar, Phuri Chiñani, Thia Huayrapata, Isquircani, Barbecho, Uyuca, San Juan Mayo, Chica Duraznuni, Chica Choropata, Machacamarca, Colipampa, Pahuata, Tambo Cueva), el cantón **Chicaloma** (comunidades: Maticuni, La Joya Imicasi, Imanacu, Calvario, Huariscallo, Churumata, Chuila, Colpamayo, Alto Tocoroni, Bajo Tocoroni, Monte Tambillo, Villa Trinidad) y el cantón **La Plazuela** (comunidades: Lavi Chico, Lavi Grande, Siquiljara, San Jorge, Suruphini, Alto Cieneguillas, Chaqahuaya, Charvina, Porotoco, Pola, Puvara, Vila Vila, Iquirongo, Cieneguillas).

d) Yungas Bajos

Ésta región es colindante con La Asunta y Miguillas, las temperaturas son más cálidas y el clima es húmedo; en ésta región la flora y fauna son muy diversas, existiendo además la influencia del río Bopi y otras fuentes de agua.

Se localizan en este piso los cantones de **Laza** (comunidades: Río la Banda, Río Nogalani, Tablería Baja, Tablería Alta, Villa Churubamba, Valle Hermoso, Villa Belén, Silala, Chaupi, Yabalo, Yalica Leuca, Thaco, Santa Ana, Yuni Grande, Uquina Huayruru)**,** y el cantón **Victorio Lanza** (comunidades: Tejada Sorzano, Huiri, Nogalani, Alto Villa, San Antonio, Huiri Lanza, Huiri Esmeralda, Llojeta, Lejna, Unión Huiri, Villa Primero de Mayo).

Zonificación físico natural

Con base en la descripción de los pisos ecológicos (cordillera, valles interandinos, yungas medios y yungas bajos) y considerando aspectos culturales de la región como: utilizar el termino “soy del sector Illimani” o en otros casos “soy del sector Irupana”, para definir su población origen, esto se ha dado como consecuencia de la enorme distancia que existe entre las comunidades de ambos sectores.
No es adecuado perder ésta costumbre de la población porque crea una tradición de pertenencia a una región.

Altitudes

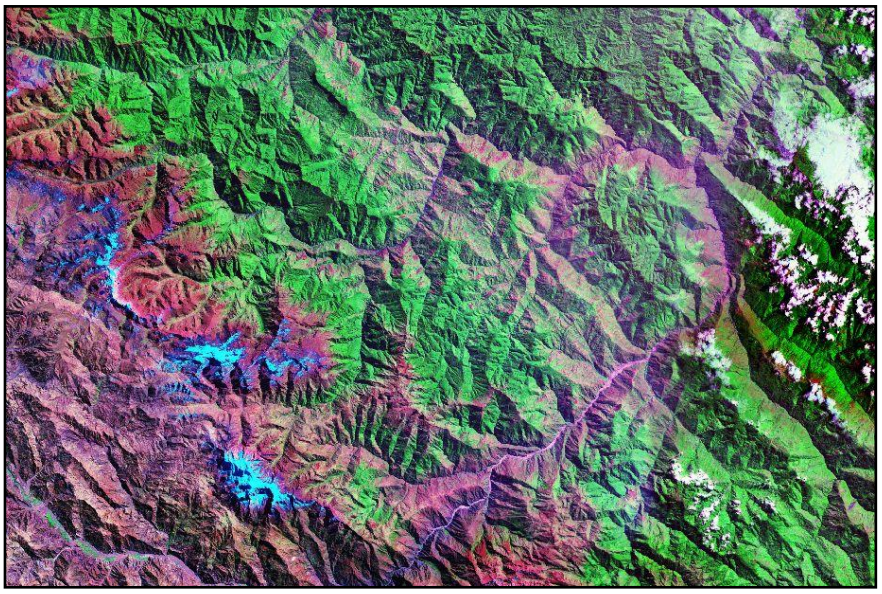
El territorio del Municipio Irupana esta localizado en un intérvalo altitudinal que varía entre los 1.300 a 6000 m.s.n.m., el menor nivel de altura respecto al nivel del mar está localizado en el cantón La Plazuela y el pico más elevado en el nevado Illimani; las comunidades y cantones del Municipio, independientemente de su ubicación, se encuentran a una altura promedio de 2.592 m.s.n.m. Por sectores, Lambate se encuentra entre los 6.000 a los 2.650 m.s.n.m. y el sector Irupana entre los 800 a 2.550 m.s.n.m.

Relieve

El territorio de la sección municipal presenta un relieve con cordilleras, colinas y valles profundos, es un “municipio arrugado”, los paisajes fisiográficos existentes son:

- ✓ Serranías altas: son moderadamente disectadas lo que permite formar valles estrechos con pendientes que oscilan entre el 3 al 70%.
- ✓ Montañas: paisaje común en el sector Illimani donde se localizan los nevados de la cordillera oriental formando en su recorrido desfiladeros y ventisqueros.
- ✓ Colinas altas y pie de monte: son mayormente laderas con microrelieves de ondulación suave con pendientes moderadas entre el 8 al 30%.

Relieve municipal



Topografía

El Municipio presenta una topografía con pendientes muy abruptas, y moderadas típicas de los bosques yungueños.

En los pisos Cordillera y Valles (del sector Illimani) las pendientes son bastante pronunciadas y en algunos casos moderadas, a medida que se desciende se van formando encañadas por la presencia de ríos provenientes del deshielo del nevado Illimani y Mururata, formando ríos como el Chungamayu y otros. La presencia de planicies es muy reducida y se localizan con mayor frecuencia en laderas o a inicios de riachuelos como Tres Ríos, Totoral, Pariguaya y Taca.

En el sector de Irupana, la topografía es empinada y el grado de inclinación va de moderada a fuertemente disectada, asimismo existen planicies con cierta limitación espacial como en la Plazuela.

Hidrografía

La influencia de los nevados Illimani y Mururata (cordillera oriental), permiten al Municipio contar con importantes fuentes de agua como ríos, lagunas (permanentes y temporales) y vertientes de agua que son utilizados por la población local para riego y principalmente en el consumo humano y animal.

Los cantones de Tres Rios, Lambate y Pariguaya, cuentan con importantes afluentes de agua dulce provenientes de los nevados en la parte alta, que les permite a poblaciones como Taca, Irupana y otras

comunidades del Municipio abastecerse directamente de vertientes ubicadas en inmediaciones de bosques cercanos, los mismos que almacenan y aprovisionan este recurso.

En las partes bajas los riachuelos forman ríos de mayor caudal por la unión de afluentes, posibilitando su uso en el riego de hortalizas y frutales en comunidades como Apinguela, Curihuati, Cieneguillas, La Plazuela, etc.

Producto de los deshielos se han formado en el Municipio una serie de lagunas localizadas en el sector Illimani, siendo estas las siguientes:

- En la comunidad Bolsa Negra: Arkata, Kellhua kota, Laram Kota.
- En la comunidad Tres ríos: Arteza Pata, Huari Umaña, Wila Khota y Juri Khota.
- Finalmente en Kañuhuma se localiza la laguna de Tranca Pata.

El Municipio de Irupana está delimitado por la cuenca del río La Paz con las provincias de Luribay e Inquisivi, del cual forman parte las subcuencas de Chungamayu, Jankho Uma y Tamampaya entre los más representativos.

a) Cuenca del río La Paz

Es la cuenca más representativa del Municipio, en su trayecto recoge afluentes provenientes de la subcuenca del Chungamayu, ríos Jukumarini, Cieneguillas, La Plazuela y río Tablería, siguiendo su curso hasta desembocar en el río Cotacajes proveniente del departamento de Cochabamba.

En ésta cuenca están localizadas las comunidades Taca (en la parte alta), las ruinas de Pasto Grande, Cieneguillas y La Plazuela a medida que se desciende.

b) Subcuenca del río Chungamayu

Las aguas de ésta subcuenca se originan en los deshielos del Illimani, del cual nacen diferentes ríos como el Kheluluni, Muriqui, Chiltuhuaya, Balbilaya, Kuchu Jahuira (Sirena), Challiqui, Saenambaya, Tilacachi, Locolini, Colani, Kasiri, Rica Rica, San Juan, Molino, otros pequeños y temporales.

Por otro lado producto de los rebalses de las lagunas se forman ríos como el Viscachani (río Chiltuhuaya), Chiar Khota (río Jokho Pampa) ubicadas en alturas de Chiltuhuaya y Pariguaya, Wara Warani y Alpacani (río Rica Rica) en el sector de Kasiri.

c) Subcuenca del río Jankho Uma

Se origina en las faldas del nevado Mururata (comunidades de Bolsa Negra, Tres Ríos), a partir de los rebalses de las lagunas Arkhata (Totorapampa) y Arteza Pata, se forman el llamado río Khañuma, que al descender se unen con los ríos Vaquería, Huayllani, Turíni, Khala Ciudad, Jacha Khaua, Chillkani, Cajón y otros (en éste sector el río lleva el nombre de Susisa) que posteriormente desciende al sector de Puente Villa para formar el río Tamampaya.

d) Subcuenca del río Solacama

Esta subcuenca delimita al Municipio de Irupana con Chulumani, en las partes altas (cerros Tantha Quepi, Tambillo, Chojña Pata y Khara Kharani) bajan importantes ríos que aportan con afluentes de agua al curso del río Solacama, que adquiere mayores caudales a medida que va descendiendo a las partes bajas de la región.

- **Historia**

La ocupación de la región yungueña data del periodo pre hispánico de nuestro país, siendo la cultura tiwanacota que se asentó en la región de Pasto Grande durante la Época Clásica de ésta cultura (entre 483 a 724 años después de Cristo), construyeron en ese entonces el complejo agrícola de Pasto Grande; abandonando el lugar en las proximidades del año 1.172 después de Cristo.

Posterior a la cultura tiwanacota la región de los Yungas fue ocupada por las "markas aymaras de Umasuyos", y posteriormente por los Incas que ocuparon la región para el cultivo de la hoja de coca con la cual abastecían a todo el imperio.

"Yunga" es una palabra utilizada en plural que viene de la palabra Quechua "Yunca", palabra utilizada para designar las depresiones de tipo tropical.

Luego con la invasión española la región fue ocupada sistemáticamente por el potencial agropecuario que poseía, se fundaron una serie de ciudadelas españolas entre las que destacaba Santiago de Irupana en 1746 por el marqués de Tagle, Goyoso y Mena, conquistadores españoles atraídos por las minas de plata situadas en la colinas de Lavi, Cerropata, Huequeri y Cieneguillas, recibiendo este nombre en honor al apóstol Santiago.

La existencia de población afroboliviana, como resultado de su llegada en la época colonial del continente africano, al no adaptarse al clima hostil de las regiones mineras fueron trasladados hacia este tipo de regiones para someterlos a trabajos agrícolas.

Después de la fundación de la Republica, el 1º de Julio de 1899 se conformó la segunda sección de la provincia Yungas con los vice-cantones de Laza, Chicaloma, Lambate y Taca.

El esplendor de su economía, hizo de Irupana una de las primeras ciudades que contó con telégrafo, su renombre tradicional como centro de producción, ha hecho de Irupana una zona de colonización muy valorada desde tiempos inmemorables.

ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

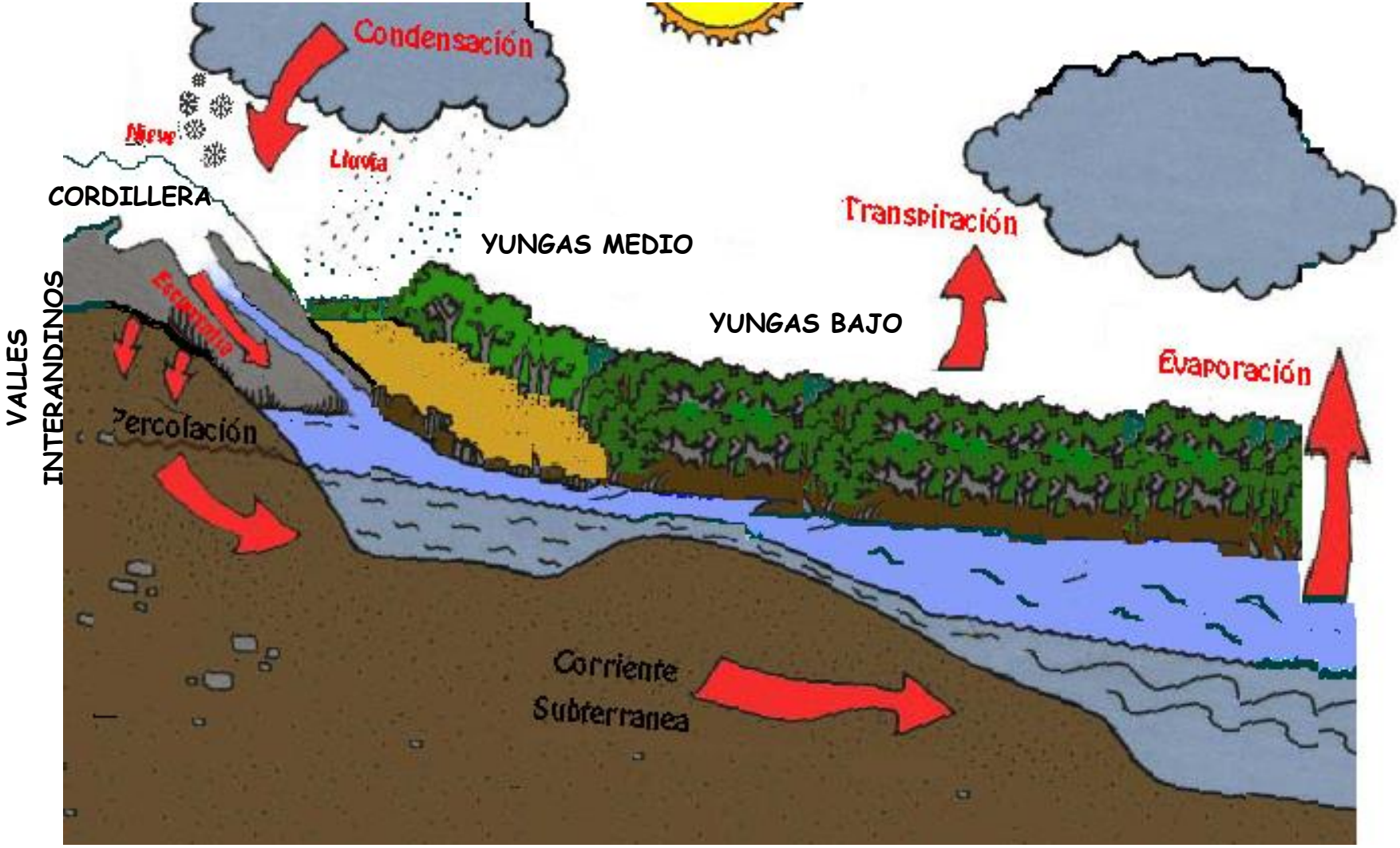
De la manera en que se desarrolló la temática relacionada con Turismo, se presenta para esta propuesta dos afiches relacionados principalmente con el patrimonio natural.

Los profesores podrán utilizar este material también para explicar lo relacionado al patrimonio cultural a medida que vayan relacionando las imágenes con la narración e identifiquen las diferencias entre las poblaciones.

Por otro lado, muchos de los contenidos relativos al patrimonio natural, son desarrollados durante todo el ciclo secundario, por lo que este material se convierte en un complemento ideal. Sin embargo, se recomienda durante el transcurso de este año, hacer énfasis en el desarrollo de las temáticas relativas al patrimonio cultural del municipio.

Afiche 3

CICLO DEL AGUA EN NUESTRO MUNICIPIO: IRUPANA

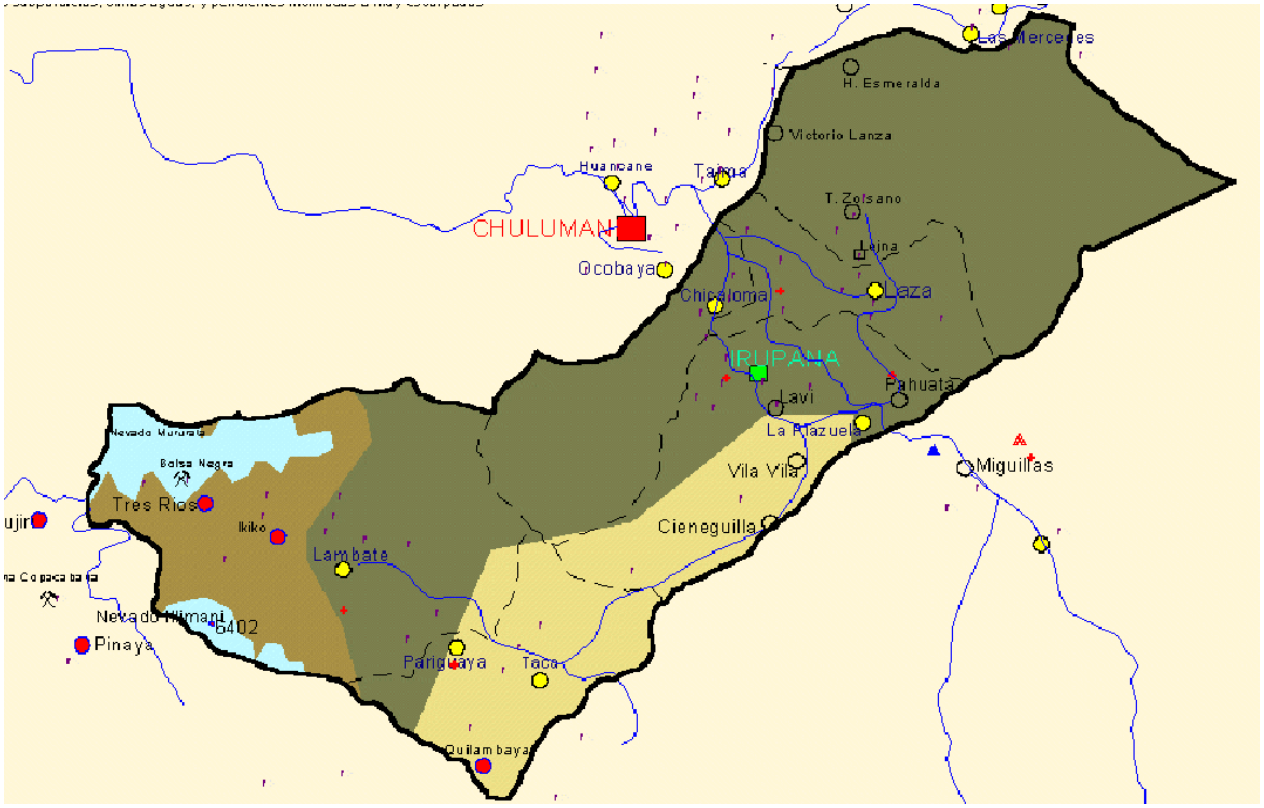


Afiche 4

¿NUESTRO FUTURO?

AL DESTRUIR LA NATURALEZA NOS DESTRUIMOS NOSOTROS MISMOS

IRUPANA


Las Mercedes
H. Esmeralda
Victorio Lanza
Huancane
Tajma
T. Zolsano
CHULUMANI
Coroico
Chicaloma
Laza
IRUPANA
Lavi
Pahuata
La Plazuela
Vila Vila
Miguillas
Cieneguilla
Tres Rios
Ikiko
Lambate
Nevado Illimani
6402
Pinaya
Parigüaya
Taco
Quilambaya

Segunda Narración

Ahora nos concentraremos en el trabajo de Bianca. Su propósito es visitar todos los pisos ecológicos del municipio, analizar el ecosistema en general y las plantas en particular. Se mantuvo en contacto con su papá, que le dió la referencia del Sr. Juan Flores, Primo de Don José Flores, quien en algún momento fue dirigente y conocía todas las comunidades y los pobladores lo conocían a él.

Es así que inició sus investigaciones en la Cordillera, el clima es frígido, no existe variedad de plantas, analiza este espacio como fuente de agua para toda la región. Pudo evidenciar las consecuencias del calentamiento global y efecto invernadero, pues los glaciares se redujeron y como le comentaron algunos comunarios de Tres Ríos, antes hacía más frío y estaba nevado casi todo el Illimani, ahora no es así. Lo que le preocupó es que los comunarios con quienes habló no se mostraron para nada preocupados.

A medida que realizaba sus investigaciones, también pudo evidenciar que muchos de los ríos que atraviesan el municipio están contaminados, tanto por las aguas residuales de las minas del lugar, basura y por el arrastre de la contaminación de la ciudad de La Paz y otras poblaciones que están en su curso. Claro que existían también caídas de agua y ríos totalmente cristalinos. En las faldas del nevado Illimani pudo visitar Bolsa Negra, Khañuma y Chuñavi. De las cosas que le llamó la atención de esta última población, fue la cantidad de sitios arqueológicos y caminos precolombinos que le rodean.

Bianca estaba realizando sus actividades en Tres Ríos, época que coincidió con carnavales, le llamó mucho la atención todos los rituales que realizaban los pobladores, cómo adornaban sus casitas, las ch'allaban, sus tierras y animalitos, el ritmo de la música aunque no entendía lo que cantaban era bastante contagioso, los instrumentos eran diferentes. Cuando fue a Bolsa Negra, la figura del "tío" le impactó y todo lo que hacían los mineros para que les vaya bien.

Poco a poco iba descendiendo y llegó a los Valles Interandinos, que es como una franja entre la cordillera y los yungas, el clima ya no es tan frígido y va aumentando a medida que se desciende, también existen más poblaciones, ya se presenta mayor diversidad de flora y fauna, entonces empieza analizar las plantas existentes, cómo se distribuyen, cómo ocurre el proceso de polinización y reproducción, qué invertebrados intervienen. Pudo visitar las poblaciones de Lambate, Pariguaya y Santiago de Taca, los pobladores le dieron a conocer que gran parte de la producción esta destinada al autoconsumo, porque la producción no era en grandes cantidades y con el estado de los caminos no justificaba el traslado hasta la ciudad, con excepciones en algunos productos y que con la contaminación de las aguas la producción ya no era como antes. Además los varones se van a trabajar a la mina, quedando las duras tareas agrícolas y de pastoreo prácticamente sólo a las mujeres y niños. Bianca quedó admirada cómo es que desde niños ya trabajan, también por la fortaleza de las mujeres que hasta viejitas siguen activas y por las condiciones en las que trabajan los mineros. Durante sus investigaciones y toma de muestras pudo ver muy de cerca diferentes tipos de animales, entre ellos un oso jukumari, gato de las alturas y muchas aves.

Al conversar con algunos de los pobladores, le dieron a conocer el uso que le daban a las plantas, en esta región principalmente le dan un uso medicinal, así como para leña. Muchas de las recetas que le dieron usando plantas de

este lugar, para algunos males, decidió anotarlas. Le llamó la atención que ese tipo de explicación se la daban las personas mayores, no así los jóvenes que por lo general respondían “uy, no sé, voy a preguntarle a mi papá/mamá”, o “los abuelitos saben, ya no hay muchos en la población”.

Continuó con sus estudios. Ahora le correspondía los Yungas Medio, el clima es más cálido, las lluvias son más frecuentes. Es la parte del municipio con mayor cantidad de poblaciones, además que la capital del municipio se encuentra en este piso.

Bianca tenía mucho más trabajo por hacer respecto a las plantas, que en esta región existe en mayor cantidad y diversidad, además que hay mayor producción y posibilidades de comercialización, en otras palabras, hay mucho más movimiento. Lamentablemente vio con mucha tristeza cómo es que habilitan los suelos para los cultivos: chaqueando. Ella sabe que ésta práctica es nociva y que en realidad se aporta a la erosión de los suelos, que en esta región es un problema latente que avanza poco a poco, y a la contaminación del aire. Los bosques lentamente están reduciéndose y eso va a traer graves consecuencias para todo el municipio. De entre las plantas que analizó está la coca, que particularmente le llamó la atención por sus propiedades medicinales, por el significado cultural y por la cantidad de veces que se produce durante el año, lo que significaba importantes ingresos para los agricultores, claro que se deja de lado muchos otros cultivos que pueden rendir en la región.

Por las referencias que le dieron fue a visitar el sitio arqueológico de Pasto Grande, se sorprendió por el manejo sistemático y eficiente de los cultivos, que desarrollaron los antepasados, toda esa estructura necesita ser habilitada y volver a funcionar, vio con buenos ojos los trabajos que se están realizando en el lugar para su recuperación. Estuvo también en Irupana y visitó Chicaloma, asentamiento de origen afro, estar entre negritos fue una experiencia inolvidable, los niños fueron muy cariñosos y divertidos, los adultos la trataron muy bien y le proporcionaron mucha información, entre los jóvenes, tanto acá como en las otras poblaciones, podían distinguirse un grupo que estaba muy pendiente de la “moda”, que dejaba de lado algunas costumbres propias.

Increíblemente pasaron ya cuatro meses de trabajo, sólo le restaba visitar los Yungas Bajos, cuyo clima es bastante cálido, existe mayor diversidad de flora y fauna en comparación de los anteriores pisos, existen extensiones de bosques que es fácil perderse en ellos, es así que toma sólo algunas muestras representativas de plantas.

En esta región existen varias poblaciones, pudo visitar Valle Hermoso y Nogalani. Prácticamente envidió cómo vivían en esta región, para ella es un paraíso, la gente vive y trabaja tranquila, aunque existen muchas necesidades, con un poco de organización y con personas que encabecen ese proceso podrían hacerse muchas cosas en la región.

Bueno, ahora ya le quedaba continuar sus estudios en un laboratorio y recrear en pequeño todas las relaciones de este ecosistema, con énfasis en las plantas.

ACTIVIDAD

Puede organizarse una visita a algún lugar de interés histórico o natural del municipio según el sector, con el fin de apreciar ese entorno y complementar los contenidos avanzados en aula. Se sugiere visiten el área arqueológica de Pasto Grande, o realizar un intercambio entre sectores: estudiantes del sector Illimani visitan el sector Irupana y viceversa.

PROGRAMA 3: HACIA EL EMPRENDIMIENTO

Objetivo.-

Generar en los estudiantes de tercero de secundaria expectativas respecto a negocios, sean individuales, en equipos de trabajo o dentro el ámbito familiar.

Contenidos:

- **ANTE LA REALIDAD**
- **CULTURA EMPRENDEDORA**
- **EL EMPRENDEDOR**
- **LA CREATIVIDAD**
- **LIDERAZGO**
- **TRABAJO EN EQUIPO**
- **CARACTERÍSTICAS COMO EMPRESARIO**
- **ELEMENTOS NECESARIOS AL MOMENTO DE IMPLEMENTAR UNA IDEA DE NEGOCIO**
    - **EL MERCADO**
    - **ORGANIZACIÓN INTERNA**
    - **MANEJO DEL DINERO**
    - **FORMA LEGAL**

DESARROLLO DE CONTENIDOS

ANTE LA REALIDAD

Hablar de cultura emprendedora es hablar de realidad. Uno de los grandes problemas y grandes retos es el aspecto social y económico de los pueblos, haciéndose más latente el tema ambiental.

Cada vez son más los que quieren seguir estudiando después de salir bachiller, hay más gente que tiene mayor tiempo a su disposición, que necesita dotarse de una información y formación útil y bien pagada. Invertir en uno mismo es algo cada vez más sensato en un mundo en el que, al final, se llega a depender de uno mismo.

Esa sociedad en la que una minoría "educada" mandaba sobre una mayoría apenas alfabetizada, que creía tener lo suficiente si tenía un empleo y un salario de por vida, esas instituciones educativas que forman personas altamente dependientes, cuyo principal anhelo es "encontrar un buen empleo", felizmente esa realidad poco a poco está cambiando, las personas, en especial jóvenes están asumiendo retos.

Sin embargo, no es tarea fácil. El emprendedor y el empresario tienen un entorno desfavorable para desarrollar sus actividades.

Es por eso que ha crecido la informalidad que ha permitido el surgimiento del autoempleo que, a su vez, ha posibilitado sobrellevar la crisis. Pero ésta situación no es la deseada, ya que estamos ante un sector, el informal, con un bajo nivel de productividad, que no tributa, que no genera valor agregado y que, por lo tanto, tiene un impacto muy bajo en la economía real.

- **CULTURA EMPRENDEDORA**

> "conjunto de valores, actitudes y creencias que apoyan, dentro de una comunidad, el ejercicio de un comportamiento emprendedor."

La cultura emprendedora como el proceso de creación de valor, aúna un conjunto único de recursos para explotar una oportunidad o bien como la persecución de una oportunidad sin preocuparse por los recursos que actualmente se controlan.

La cultura emprendedora avanza sólo en la medida en que sea asumida como una forma de vida, mientras más antes se inicie a una persona en este proceso, mejor.

El desarrollo de la cultura emprendedora es el camino más expedito para alcanzar un desarrollo armónico, incluyente, pues está claro que los empleos que nuestra sociedad precisa no serán creados por el Estado ni por las grandes empresas, sino por los proyectos productivos de los nuevos emprendedores.

Se debe asumir la cultura emprendedora no porque sea una moda o algo interesante, sino porque tiene que ver con el dolor más grande de cualquier sociedad: la falta de empleo.

- **EL EMPRENDEDOR**

1.- Audaz para:

Saber controlar su medio.

Estar dispuesto a correr riesgos.

Que su vida sea una aventura emocionante.

Ser capaz de afrontar las situaciones.

Lograr ser diferente.

2.-Tenaz para:

Levantarse una y mil veces

Lograr sus fines.

Tener una firme convicción

Ser infatigable

Hacer un segundo, tercero y cuarto esfuerzo.

3. Apasionado para:

No desanimarse

Ver siempre el lado bueno de las cosas

Aprender de las derrotas

Hacer de los problemas sus oportunidades

Estar lleno de energía

Saber pensar en grande

4.-Responsable para:

No culpar a los demás

No usar excusas

Aceptar los errores

Saber afrontar sus acciones

5. Confianza para:

Creer mucho en sí mismo

Sentirse capaz de hacer las cosas

Que nada ni nadie lo derrumbe

Ser una persona fuerte

Saber que sí se puede

6. Iniciativa para:

Saber que toda la organización le concierne

Que todas sus contribuciones sean valiosas

No esperar a los demás

Ser capaz de ser único.

7.-Voluntad para:

Seguir adelante.

Ser capaz de organizar su vida.

Ser cumplido

Ser autodisciplinado

Saber esperar

8.- Trabajan duro.

Se guían por un fuerte compromiso y una enorme perseverancia.

Ven el vaso medio lleno en lugar de medio vacío.

Luchan por mantener su integridad.

Se exaltan con el deseo competitivo de mejorar y de ganar.

No se conforman con el status y buscan continuamente oportunidades para mejorar.

Utilizan los fracasos para aprender.

Priman la eficacia ante la perfección.

Están convencidos de que pueden hacer algo grande con sus vidas y sus empresas.

Poseen no sólo creatividad e innovación, sino también habilidades directivas, conocimientos empresariales y contactos.

(Asignatura: Cultura Emprendedora. Universidad Autónoma Indígena de México: 2002)

- **LA CREATIVIDAD**

La creatividad, todavía, es un tema algo confuso, que parece abarcar una enorme cantidad de actividades y personas. Ser creativo significa, literalmente, hacer algo que antes no existía y creatividad es la facultad para crear.

Ahora bien, crear algo que no existe no es suficiente. Luego le asignamos cierto valor al resultado, de modo que lo nuevo debe tener valor (ser útil y factor diferencial en el quehacer). En ese punto es donde podemos empezar a hablar de creatividad.

Sabemos ahora que un producto creativo no debe ser ni obvio ni fácil, sino que debe tener algún rasgo singular o raro.

Barreras a la creatividad

- Los adultos no asimilan la producción original y a lo diferente de las manifestaciones infantiles y juveniles, desalentando a los menores.
- La burla, el descrédito y la represión a las "locuras", a lo nuevo.
- El apego a las costumbres, a la normalidad y al convencionalismo.
- La desconfianza generalizada. El miedo al fracaso, al ridículo y al rechazo.
- La envidia del ser humano fruto de una frustración e inseguridad.
- El constante "aterrizamiento" al que nos vemos obligados desde nuestra infancia, la imperativa adaptación a las rutinas diarias, la ansiedad y mediatez de las soluciones.
- Los estereotipos predominantes en nuestro medio y el ritmo poco reflexivo de vida.
- La ausencia de convivencia, afecto, ternura, comprensión, solidaridad y amor al prójimo.
- No se dispone ni provee del tiempo necesario para captar los mensajes exteriores.
- El facilismo en la actividad cotidiana, la negatividad y el pesimismo en las acciones.
- La carencia de estímulos, de valoración, de participación.
- El papel de usuarios en el que estamos insertados en ocasiones, la poca participación como proveedores, constructores o planificadores, la pasividad y el conformismo en nuestra cotidianidad.
- No reconocer ni valorar las realizaciones individuales originales.
- Censurar el error y el fracaso.

La Creatividad en una Organización: pensar en el Futuro

Para conjeturar acerca del futuro, hay que pensar. Nunca se tiene suficiente información sobre el futuro y sin embargo es allí donde se desarrollaran y tendrán consecuencias todos nuestros actos. Por eso se necesita imaginación creativa, para prever las consecuencias de la acción y para generar nuevas alternativas a tener en cuenta.

Preparar el futuro posible es un acto creativo. El diseño de futuro es un tema que requiere de mucha imaginación y creatividad.

Es sabido que el 80% de los productos que se venden hoy, hace diez años no existían y pasará lo mismo dentro de unos pocos años más.

Ya no se trata de conocimiento y habilidades analíticas, es el turno de la observación y la emocionalidad para anticipar las necesidades del cliente.

Hoy el Conocimiento se ha convertido en algo al alcance de todos. Ocurre que lo que antes era central para que las compañías se diferenciaran y compitieran -el conocimiento y las habilidades analíticas- se está convirtiendo en un "commodity" que definitivamente no es un elemento diferenciador. Hoy todo se ha vuelto fácilmente copiable, y las enormes inversiones en conocimiento ya no son tan rentables como antes.

Frente a este escenario, la creatividad irrumpe como herramienta básica para competir. Cuando una empresa gira en torno a procesos creativos, los resultados se transforman en una variable diferenciadora muy fuerte. La creatividad es un proceso interno. - tiene más que ver con el interior de la organización que con los procesos productivos, que son mucho más fáciles de copiar.

La creatividad como herramienta para mejorar la calidad es, sin dudas, muy efectiva. Calidad con creatividad es encantar a los demás con simpatía y agradecimiento, es la forma que generamos vínculos para crecer juntos, es desvivirse por el otro por que en definitiva quien dice si somos personas con calidad es el otro y ahí es donde la vida cobra sentido. El otro es el destinatario de todos nuestros actos, el otro es quien vibra con cada acción que emprendemos. El otro es quien nos inspira. Por que en definitiva, el otro, también somos nosotros. Al ser creativo se aprende.

- **LIDERAZGO**

Es la capacidad de establecer la dirección e influir y alinear a los demás hacia un mismo fin, motivándolos y comprometiéndolos hacia la acción y haciéndolos responsables por su desempeño.

Esta definición tiene cuatro implicaciones importantes.

- En primer término, el liderazgo involucra a otras personas. Los miembros del grupo; dada su voluntad para aceptar las disposiciones del líder, ayudan a definir su posición y permiten que

transcurra el proceso del liderazgo; sino hubiera a quien dirigir, las cualidades del liderazgo serían irrelevantes.

- En segundo, el liderazgo entraña una distribución desigual del poder entre los líderes y los miembros del grupo. Los miembros del grupo no carecen de poder; pueden dar forma, y de hecho lo hacen, a las actividades del grupo de distintas maneras. Sin embargo, por regla general, el líder tendrá más poder.
- El tercer aspecto del liderazgo es la capacidad para usar las diferentes formas del poder para influir en la conducta de los seguidores, de diferentes maneras. El poder para influir nos lleva al cuarto aspecto del liderazgo.
- El cuarto, es una combinación de los tres primeros, pero reconoce que el liderazgo es cuestión de valores. El líder que pasa por alto los componentes morales del liderazgo pasará a la historia como un malandrín o algo peor. El liderazgo moral se refiere a los valores y requiere que se ofrezca a los seguidores suficiente información sobre las alternativas para que, cuando llegue el momento de responder a la propuesta del liderazgo de un líder, puedan elegir con inteligencia.

CARACTERÍSTICAS DE UN LIDER

a. El líder debe tener el carácter de miembro, es decir, debe pertenecer al grupo que encabeza, compartiendo con los demás miembros los patrones culturales y significados que ahí existen.
b. La primera significación del líder no resulta por sus rasgos individuales únicos, universales (estatura alta, baja, aspecto, voz, etc.). Sino que cada grupo considera líder al que sobresalga en algo que le interesa, o más brillante, o mejor organizador, el que posee más tacto, el que sea más agresivo, más santo o más bondadoso.
c. Cada grupo elabora su prototipo ideal y por lo tanto no puede haber un ideal único para todos los grupos.
d. El líder debe organizar, vigilar, dirigir o simplemente motivar al grupo a determinadas acciones o inacciones según sea la necesidad que se tenga. Estas cuatro cualidades del líder, son llamadas también carisma.
e. Por último, otra exigencia que se presenta al líder es la de tener la oportunidad de ocupar ese rol en el grupo, si no se presenta dicha posibilidad, nunca podrá demostrar su capacidad de líder.

DIFERENCIAS ENTRE LOS DIRECTORES DE GRUPOS Y LOS LÍDERES DE EQUIPOS

DIRECTORES DE GRUPO	LÍDERES DE EQUIPO

-El interés primordial en cumplir con los objetivos en curso le impide pensar en lo que podría obtenerse, mediante una reorganización, para fomentar la colaboración de sus miembros. -Reactivo con la gerencia superior, sus iguales y empleados. Le es más fácil pero dentro de ciertos límites. -Está dispuesto a involucrar a la gente en la planificación y la solución de los problemas hasta cierto punto, dentro de ciertos límites. -Resistente o desconfía de los empleados que conocen su trabajo mejor que el Gerente. -Considera la solución de problemas como una pérdida de tiempo o como una abdicación de la responsabilidad de la gerencia. -Controla la información y comunica solamente lo que los miembros del grupo necesitan o deben saber. -Ignora los conflictos entre los miembros del personal o con otros grupos. -En ocasiones modifica los acuerdos del grupo por conveniente personal.	-Las metas actuales se toman sin problemas. Puede ser un visionario acerca de lo que la gente podría lograr como equipo. Comparte sus visiones y actúa de acuerdo con ellas. -Es proactivo en la mayoría de sus relaciones. Muestra un estilo personal. Puede estimular la excitación y la acción. Inspira el trabajo de equipo y el respaldo mutuo. -Puede hacer que la gente se involucre y comprometa. Facilita el que los demás vean las oportunidades para trabajar en equipo. Permite que la gente actúe. -Busca a quienes quieren sobresalir y trabajar en forma constructiva con los demás. Siente que es su deber fomentar y facilitar esta conducta. -Considera que la solución de problemas es responsabilidad de los miembros del equipo. -Se comunica total y abiertamente. Acepta las preguntas. Permite que el equipo haga su propio escrutinio. -Interviene en los conflictos antes de que sean destructivos. -Se esfuerza por ver que los logros individuales y los del equipo se reconozcan en el momento y forma oportunos. Mantiene los compromisos y espera que los demás hagan lo mismo.

Un líder de equipos de trabajo debe ser una persona tranquila, sensata y que se preocupe por su tarea.

Su comportamiento debe responder a las siguientes pautas:

Iniciación: el líder inicia, facilita o resiste nuevas ideas y prácticas.

Calidad de socio: el líder se mezcla con el grupo, interactúa e intercambia servicios personales con los miembros.

Representación: el líder defiende al grupo contra el ataque, manifiesta los intereses del grupo y actúa en nombre de éste.

Integración: el líder subordina el comportamiento individual, estimula una atmósfera agradable, reduce los conflictos y promueve al ajuste individual al grupo.

Organización: el líder estructura su propio trabajo, el de los otros miembros y las relaciones entre ellos en realización de las tareas.

Dominio: el líder limita el comportamiento de los miembros o del grupo en acción, toma decisiones y expresa opiniones.

Comunicación: El líder suministra y obtiene información de los miembros, y muestra conocimientos de cualquier materia relacionada con el grupo.

Reconocimiento: El líder expresa aprobación o desaprobación de la conducta de los miembros del grupo.

Producción: El líder fija niveles de esfuerzo o cumplimiento y estimula a los miembros en cuanto a su rendimiento.

El líder ideal tiene el apoyo de los miembros de su equipo en cada dimensión de su actividad.

DIFERENCIAS ENTRE UN JEFE Y LÍDER:

JEFE	LÍDER
· Existe por la autoridad. · Considera la autoridad un privilegio de mando. · Inspira miedo. · Sabe cómo se hacen las cosas. · Le dice a uno: ¡Vaya! · Maneja a las personas como fichas. · Llega a tiempo. · Asigna las tareas.	· Existe por la buena voluntad. · Considera la autoridad un privilegio de servicio. · Inspira confianza. · Enseña como hacer las cosas. · Le dice a uno: ¡Vamos!. · No trata a las personas como cosas. · Llega antes. · Da el ejemplo.

TIPOS DE LIDERAZGO

- **El líder autócrata:** Un líder autócrata asume toda la responsabilidad de la toma de decisiones, inicia las acciones, dirige, motiva y controla al subalterno. La decisión y la gula se centralizan en el líder. Puede considerar que solamente él es competente y capaz de tomar decisiones importantes, puede sentir que sus subalternos son incapaces de guiarse a sí mismos o puede tener otras razones para asumir una sólida posición de fuerza y control. La respuesta pedida a los subalternos es La obediencia y adhesión a sus decisiones. El autócrata observa los niveles de desempeño de

sus subalternos con la esperanza de evitar desviaciones que puedan presentarse con respecto a sus directrices.

-**El líder participativo:** Cuando un líder adopta el estilo participativo, utiliza la consulta, para practicar el liderazgo. No delega su derecho a tomar decisiones finales y señala directrices específicas a sus subalternos pero consulta sus ideas y opiniones sobre muchas decisiones que les incumben. Si desea ser un líder participativo eficaz, escucha y analiza seriamente las ideas de sus subalternos y acepta sus contribuciones siempre que sea posible y práctico. El líder participativo cultiva la toma de decisiones de sus subalternos para que sus ideas sean cada vez más útiles y maduras.

Impulsa también a sus subalternos a incrementar su capacidad de auto control y los insta a asumir más responsabilidad para guiar sus propios esfuerzos. Es un líder que apoya a sus subalternos y no asume una postura de dictador. Sin embargo, la autoridad final en asuntos de importancia sigue en sus manos.

-El líder que adopta el sistema de rienda suelta o líder liberal: Mediante este estilo de liderazgo, el líder delega en sus subalternos la autoridad para tomar decisiones Puede decir a sus seguidores "aquí hay un trabajo que hacer. No me importa cómo lo hagan con tal de que se haga bien". Este líder espera que los subalternos asuman la responsabilidad por su propia motivación, guía y control. Excepto por la estipulación de un número mínimo de reglas, este estilo de liderazgo, proporciona muy poco contacto y apoyo para los seguidores. Evidentemente, el subalterno tiene que ser altamente calificado y capaz para que este enfoque tenga un resultado final satisfactorio.

Desde luego, existen diversos grados de liderazgo entre estos estilos; sólo se analizaron tres de las posiciones más definidas. En una época, algunos autores y administradores separaban uno de estos estilos de liderazgo y lo promovían como la panacea para todas las necesidades de supervisión. La mayoría dio énfasis a la administración participativa, aunque el estilo autócrata tuvo varios defensores que lo promovían como la única técnica eficaz. Ocasionalmente existen promotores del estilo de rienda suelta que afirman que es un estilo singularmente provechoso. Las tendencias más recientes enfatizan la necesidad de adaptación y flexibilidad en el uso de los estilos de liderazgo, como oposición al perfeccionamiento de uno solo de dichos estilos." Se cree que en la sociedad dinámica actual son raros los administradores cuyos pensamientos y preferencias sean completamente iguales y los trabajadores que tengan idénticas capacidades y necesidades. Y casi nunca hay dos organizaciones que tengan metas y objetivos idénticos. Debido

a esto, por lo general se recomienda que el administrador tome en cuenta una serie de factores para determinar qué estilo de liderazgo es apropiado para cada situación.

En pocas palabras, un estilo de liderazgo será más eficaz si prevalecen determinados factores situacionales, en tanto que otro estilo puede ser más útil si los factores cambian.

- **TRABAJO EN EQUIPO**

Se debe diferenciar entre equipo de trabajo y trabajo en equipo.

- ✓ El equipo de trabajo es el conjunto de personas asignadas o autoasignadas, de acuerdo a habilidades y competencias específicas, para cumplir una determinada meta bajo la conducción de un coordinador.
- ✓ El trabajo en equipo se refiere a la serie de estrategias, procedimientos y metodologías que utiliza un grupo humano para lograr las metas propuestas.

Características del trabajo en equipo:

- Es una integración armónica de funciones y actividades desarrolladas por diferentes personas.
- Para su implementación requiere que las responsabilidades sean compartidas por sus miembros.
- Necesita que las actividades desarrolladas se realicen en forma coordinada.
- Necesita que los programas que se planifiquen en equipo apunten a un objetivo común.

Aprender a trabajar de forma efectiva como equipo requiere su tiempo, dado que se han de adquirir habilidades y capacidades especiales necesarias para el desempeño armónico de su labor.

Existen distintos aspectos necesarios para un adecuado trabajo en equipo, entre ellos podemos mencionar:

Liderazgo efectivo, es decir, contar con un proceso de creación de una visión del futuro que tenga en cuenta los intereses de los integrantes de la organización, desarrollando una estrategia racional para acercarse a dicha visión, consiguiendo el apoyo de los centros fundamentales del poder para

lograr lo anterior e incentivando a las personas cuyos actos son esenciales para poner en práctica la estrategia.

Promover canales de comunicación, tanto formales como informales, eliminando al mismo tiempo las barreras comunicacionales y fomentando además una adecuada retroalimentación.

Existencia de un ambiente de trabajo armónico, permitiendo y promoviendo la participación de los integrantes de los equipos, donde se aproveche el desacuerdo para buscar una mejora en el desempeño.

- **CARACTERÍSTICAS COMO EMPRESARIO**

Empezar un negocio es una decisión que puede cambiar hasta nuestras vidas, exige mucha responsabilidad y presión, pero a la vez implica libertad y puede ser satisfactorio y rentable.

Las principales características de un empresario se detallan a continuación, y representan un parámetro importante para autoevaluarse e identificar nuestros puntos débiles que debemos fortalecer y los fuertes que debemos mantenerlos y hacerlos crecer.

Adquirir Compromisos

Para tener éxito en los negocios uno necesita comprometerse. Compromiso significa estar dispuesto a dar prioridad al negocio respecto a otros asuntos. Significa que desea mantenerse en él por mucho tiempo y que está dispuesto a arriesgar su propio dinero, que no sólo es tener una idea sino **realizarla.**

¿Estás dispuesto a trabajar duro por largas horas?

Mantenerse Motivado

Estás más cerca de ser exitoso si deseas realmente tener tu propio negocio. Todo negocio requiere de mucha dedicación y motivación por lo cual, es mejor estar preparados. Mantenerse motivados nos ayuda a superar con mucha facilidad situaciones difíciles. Disfruta de lo que haces.

¿Por qué deseas iniciar tu propio negocio? Es una pregunta para cual debes encontrar respuesta.

Asumir riesgos

En negocios no todo es seguro. Siempre existirá el riesgo a perder. Aunque un empresario esté dispuesto a enfrentar riesgos, debe asumirlos, analizar los pros y contras. Y volver a intentar.

¿Estás apto para evaluar los riesgos a tomar?

Tomar decisiones

En tu negocio propio tendrás que tomar muchas decisiones. Es importante estar capacitado para tomar decisiones difíciles, que podrían tener serias consecuencias para tu empresa.

Tener Apoyo Familiar

Mantener un negocio propio demandará mucho de tu tiempo. Es importante que tengas el apoyo de tu familia, que esté de acuerdo con tus ideas y se prepare a apoyar tus planes de iniciar tu empresa. Es importante que tomes en cuenta, generar ideas de negocios en los negocios familiares o en el potencial que identifiques en tu entorno familiar.

Sin embargo, esto no es suficiente, es importante tomar en cuenta conocimientos y habilidades como ser:

Habilidades Técnicas

Son las habilidades prácticas que necesita para elaborar el producto o proveer el servicio de su negocio, éstas dependerán del tipo de negocio que deseas empezar.

Conocimientos respecto a administración

Se refiere a las habilidades básicas para manejar tu negocio. Las cualidades como vendedor son tal vez las más importantes, así como calcular costos y llevar registros contables, entre otros.

Conocimiento del rubro de su negocio

Es esencial que conozcas el rubro en el que desarrollarás tu negocio. Con información respecto al tipo de negocios que deseas empezar incrementas tus posibilidades de tener éxito.

El que no tengas todas estas características, no significa que no puedas poner en marcha tu negocio, las habilidades pueden ser adquiridas y las características desarrolladas. Pero debes trabajar para mejorarlas.

- **LA IDEA DE NEGOCIO**

Cualquier negocio exitoso ha tenido su base en una idea. Antes de que planifiques tu negocio, necesitas hacer una descripción detallada respecto a qué se dedicará tu negocio y cómo operará.

Existen tres tipos de negocios que puedes desarrollar:

Negocio Comercial

Es la compra de bienes o mercadería a comercializadores mayoristas o fabricantes y se las pone a la venta a los clientes.

Negocio de fabricación o transformación

Es el que produce cosas, se adquiere materia prima y tras un proceso de transformación se obtienen productos que se ponen a la venta.

Negocio de servicios

Lo que este tipo de negocio vende son promesas. Los servicios son producidos y consumidos simultáneamente, lo que implica que no pueden ser rechazados antes si no cumple con la pautas de calidad exigidas. Además no pueden ser almacenados, la capacidad que no se utiliza se pierde.

Para cualquiera de estos tipos de negocio es importante que respondas estas preguntas:

- **¿Qué productos servicios venderá tu negocio?**

¿Serán diferentes productos o servicios o solamente uno?

¿El producto es algo completamente nuevo?

¿Conoces acerca del proceso de producción? ¿Cómo se elabora? ¿Qué se necesita?

¿Tienes las habilidades técnicas necesarias para proveer estos productos o servicios?

¿Necesitarás contratar a otras personas para estos productos o servicios?

- **¿Quién comprará tus productos o servicios?**
- **¿Por qué comprarán tus productos o servicios?**
- **¿Cómo venderás tus productos o servicios?**

- **ELEMENTOS NECESARIOS AL MOMENTO DE IMPLEMENTAR UNA IDEA DE NEGOCIO**
  - **EL MERCADO**

Mercado es el conjunto de compradores (demanda) y vendedores (oferta) de una extensa gama de bienes y servicios. La compra – venta (transacción comercial) puede realizarse entre una empresa y el consumidor final o entre empresas.

Para que un negocio tenga éxito necesita clientes. Todas las personas que podrían desear comprar tus productos o servicios representan su demanda (potencial). El negocio debe atraer la atención de la gente que necesita o desea comprar sus productos o servicios.

Existirán otros negocios que estarán tratando de vender productos o servicios similares a los tuyos. Estos serán tus competidores. Antes de iniciar tu negocio necesitas entender las características de tus clientes, de los competidores y el tamaño del mercado.

Los clientes

Los clientes son las personas más importantes en un negocio. Ellos compran productos o servicios para satisfacer diferentes clases de deseos y necesidades. Si acuden a un negocio y no encuentra lo que necesita, lo que se le ofreció, o no es bien atendido, ellos comprarán en otro lugar.

Obtener información respecto a los clientes, es lo que se conoce como **estudio de mercado**, tarea importante al momento de pensar en tener un negocio propio. Ya teniendo una idea de negocio, existen muchas preguntas que necesitan ser contestadas como ser:

- ¿Cuáles son los diferentes tipos de clientes de su negocio? (hombres, mujeres, jóvenes, niños, otros negocios) trata de establecer cantidades.
- ¿Qué productos o servicios necesitan o desean estos clientes?
- ¿Qué precio están dispuestos a pagar por cada producto o servicio?
- ¿Dónde están los clientes o dónde están acostumbrados a comprar? ¿Cuándo compran?
- ¿Cada cuanto tiempo y en qué cantidad efectúan las compras?
- ¿Está creciendo la cantidad de clientes?
- ¿Por qué los clientes compran determinados productos servicios?
- ¿Está buscando la gente algo diferente?
- ¿Existen productos o servicios que la gente necesita y no encuentra?
- ¿Qué opinan acerca de los productos o servicios que las personas compran de la competencia?

Éstas son preguntas básicas que necesitan ser respondidas. Realizando un estudio de mercado estarás en mejor posición para verificar que la idea de negocio es buena.

Toda esta información puede obtenerla a través de encuestas, hablando con las personas que pueden ser tus clientes, averiguando con proveedores potenciales la mercadería que mejor se vende, leyendo periódicos o revistas de negocios para obtener información e ideas de producto o servicios.

La Competencia

Probablemente tendrá que competir con otros negocios existentes que proveen productos o servicios similares al tuyo, aprende ellos. Cuanto mejor los conozcas, estarás en mejores condiciones para que tu negocio tenga éxito. Responde a las siguientes preguntas:

- ¿Qué precios cobran ellos?
- ¿Qué calidad de mercadería o servicios ofrecen?
- ¿Cómo promocionan sus mercaderías o servicios?
- ¿Qué servicios adicionales ofrecen?
- El local donde funcionan ¿es caro o barato?
- ¿Tienen personal capacitado y bien remunerado?
- ¿Realizan publicidad?
- ¿Cómo distribuyen sus productos o servicios?
- ¿Cuál es su estrategia de mercadeo?
- ¿Cuáles son los puntos débiles o fuertes de sus competidores?

Otro elemento importante es el área que abarcará su negocio. Puede ser el vecindario, todo el pueblo, otros pueblos y ciudades. Cuando definas ésto puedes averiguar cuántos clientes potenciales existen en el área.

El Plan de Mercadeo

Con información real sobre los clientes y competidores, estás listo de preparar un plan de mercadeo. Una manera de prepararlo es siguiendo las 4 P's: Producto, Precio, Plaza, Promoción.

La primera P. Producto

Acá se determina qué productos o servicios vas a vender a tus clientes.

Tienes que tomar en cuenta aspectos tales como:

- el empaquetado del producto.
- servicios adicionales.
- cualquier característica que diferencie tus productos o servicios de la competencia.

La segunda P. Precio

Significa cuánto vas a cobrar a tus clientes por tus productos o servicios. Deberás prever descuentos promocionales, o plazos de pago si es que los das a crédito.

Para fijar el precio debes:

- Conocer los costos de producción.

- Conocer cuánto están dispuestos a pagar los clientes.
- Conocer los precios de los competidores.

La tercera P. Plaza

Se refiere a lugar donde estará ubicado tu negocio. Si planeas abrir un negocio de servicios o de comercio, este punto es muy importante, pues debes establecerte cerca de tus clientes, debe ser fácil de acceder o la gente comprará en los competidores que estén mejor ubicados. En caso del fabricante tal vez sea más importante estar cerca de los proveedores de materia prima.

La cuarta P. Promoción

Promocionar significa informar y atraer a los clientes para que compren sus productos o servicios. Hay diferentes formas de hacer promoción, entre las más usuales están:

La publicidad comercial: brinda información de carácter comercial, hace conocer al interesado de las bondades del producto o servicio, a través de medios: radio, TV, afiches, carteles, folletos, volantes , Internet y otros.

La promoción de ventas: todo lo que hace para que los clientes compren, o compren más cuando van a su negocio o, cuando ha establecido de alguna manera un contacto con ellos. Una forma de motivar las ventas es a través de rifas, canjes, reducción de precios, entrega gratuita de muestras.

La promoción demandará dinero de su negocio. Debes averiguar acerca de precios de diseñadores, imprentas. No olvides que tu promoción debe ser diferente y debe tomar en cuenta las necesidades y deseos de los clientes.

Los resultados de las promociones deben ser evaluadas antes, durante, después y comparadas con promociones anteriores.

- **ORGANIZACIÓN INTERNA**

El negocio debe estar organizado para que funcione de manera eficiente y exitosa. Esto significa saber:

- qué personal necesitas para tu negocio y las funciones que desempeñarán.
- el espacio físico.
- el equipamiento.

Una vez definidas las funciones en la empresa y escogidas las personas que participarán en ella, puedes diseñar el organigrama de la empresa, en la que de manera resumida se establecen los niveles jerárquicos, las funciones y los encargados de éstas.

- **MANEJO DEL DINERO**

CÁLCULO DE COSTOS

Los costos son los montos de dinero que se utiliza para producir y vender bienes y servicios. Este cálculo ayuda a los negocios a:

- fijar precios
- reducir y controlar los costos

- tomar mejores decisiones en el manejo de su negocio
- planificar el futuro

Si no conoces los costos, no podrás fijar los precios de manera que te permita cubrirlos, generar utilidades y hacer crecer tu negocio. Si bien al principio harás sólo estimaciones de costos, al momento de iniciar tu negocio los costos deberán ser exactos para el producto o servicio que ofreces.

Los costos pueden clasificarse de muchas formas, éste es un ejemplo:

- Personal (pagos por el trabajo realizado)
- Costos de material (materia prima, insumos)
- Otros costos (energía eléctrica, agua, teléfono, alquiler, etc.)
- Costos de capital (préstamo de dinero)

Utilidades: Todo negocio necesita obtener utilidades para continuar funcionando. La utilidad no es todo el dinero que ingresa de las ventas, antes hay que restarle el costo total, dando como resultado a Utilidad Bruta (antes de los Impuestos).

Impuestos: todos los negocios tienen que pagar impuestos al Estado. Existen impuestos a las ventas que pagan los clientes y otros que se aplican a las utilidades de los negocios.

Luego de haber pagado los impuestos a la utilidad del negocio, y las deudas correspondientes, el dinero que le queda es la utilidad neta, y puedes utilizarlo para consumo o reinvertirlo en el negocio.

Hay que tomar en cuenta dos cosas importantes en el negocio:

- Que obtenga utilidad o ganancia
- Que no tenga problemas de liquidez

Para un manejo adecuado del dinero, existen las Planillas de Relación de Gastos, cuadro que a medida que es llenado, se puede observar el movimiento de dinero, en lo referido a todo el dinero que recibimos (ingresos), en todo lo que gastamos y la diferencia resultante (saldo), si es a favor (positivo) ó estamos debiendo (negativo).

Éste es el formato básico de una planilla:

Fecha	Detalle	Ingresos	Egresos	Saldo
	…			
	Total			

- **FORMA LEGAL**

Todo negocio tiene una forma legal. Las más comunes son:

- Empresa Unipersonal, cuando el propietario es una sola persona, la tramitación es más sencilla y de bajo costo.

- Sociedades Mercantiles: Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), Sociedad Anónima (SA), cuando más de dos personas abren un negocio, pueden escoger alguna de estas alternativas para su constitución legal.

Si bien dentro el colegio no se llegará hasta este nivel, es necesario que lo conozcan para poder ir con ésta información a sus familias, en especial si éstas tienen algún negocio.

ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

Para introducir a los estudiantes en ésta temática se llevarán a cabo diferentes actividades, entre ellas dinámicas de grupos, acertijos y el llenado de algunas fichas sugeridas en el presente documento.

Ejercicios pro creatividad

PENDIENTE EN EL CAFÉ.

Esta mañana se me cayó un pendiente en el café. Y aunque la taza estaba llena, el pendiente no se mojó. ¿Y eso?

OLVIDAR EL CARNET DE CONDUCIR.

Una señora dejó olvidado en casa el permiso de conducir. No se detuvo en un paso a nivel, despreció una señal de dirección prohibida y viajó tres bloques en dirección contraria por una calle de sentido único. Todo esto fue observado por un agente de circulación, quien, sin embargo, no hizo el menor intento para impedírselo. ¿Por qué?

DOS LATAS CON AGUA.

Tenemos dos latas llenas de agua y un gran recipiente vacío. ¿Hay alguna manera de poner toda el agua dentro del recipiente grande de manera que luego se pueda distinguir que agua salió de cada lata?

INGENIO CANINO.

Un perro está atado por el cuello a una cuerda de 2 metros de longitud. ¿Cómo podrá alcanzar un sabroso hueso situado a 4 metros de él?

LA BOTELLA Y EL CORCHO.

Una botella de vino, taponada con un corcho está llena hasta la mitad. ¿Qué podemos hacer para beber el vino sin sacar el corcho ni romper la botella?

Respuestas:

Pendiente en el café. La presunción errónea es que café significa "café líquido". Pero si el pendiente cayó en una taza de café en grano, o en polvo, no es ningún milagro que siguiera seco.

Olvidar la licencia de conducir. La señora iba a pie, no en coche.

Dos latas con agua. Congelar el contenido de ambas latas, y poner en el recipiente grande los dos trozos de hielo.

Ingenio canino. La cuerda no se encuentra atada a nada, así que puede llegar sin problemas.

La botella y el corcho. Hundir el corcho en la botella.

Hoja de trabajo 1

Las presentes hojas de trabajo están destinadas al uso directo de los estudiantes.

El estudiante con cada letra de la palabra EMPRESA, indique otras palabras relacionadas. P.e. E: Eficiente

E	
M	
P	
R	
E	
S	

A	

Fuente: Adaptación de la Metodología CODE - Conozca de Empresa. OIT

Hoja de Trabajo 2

Identificar el tipo de negocio que representa cada uno de estos:

1 TIENDA DE BARRIO _____	2 RESTAURANTE _____	3 TALLER MECÁNICO _____	4 HOTEL _____
5 CABINAS TELEFÓNICAS _____	6 CONFECCIÓN DE TRAJES _____	7 **TRANSPORTE INTERPROVINCIAL** _____	8 **ELABORACIÓN DE TORTAS PARA ACONTECIMIENTOS** _____
9 LIBRERÍA	10 GUÍA DE TURISMO	11 JOYERÍA	12 TEJIDO DE PRENDAS

			DE VESTIR

Fuente: Adaptación de la Metodología CODE - Conozca de Empresa. OIT

Hoja de trabajo 3

Establezca cómo cada uno de los negocios a continuación se relacionan con el Turismo:

Kiosco de periódicos	
Tienda de Ropa	
Reparación de bicicletas	
Tienda de antigüedades	
Tienda de cámaras fotográficas	
Galería de Arte	
Farmacia	
Tienda de Regalos	
Florería	
Tienda de barrio	
Restaurante	
Comida rápida	
Hotel	
Cafetería	
Técnico agrario	
Artista	
Empresa constructora	
Imprenta	
Agencia de viajes	
Almacén y depósito	
Lavandería	
Correos	
Lavado de autos	
Cabinas telefónicas	
Transporte interprovincial	

Taller mecánico	

Fuente: Adaptación de la Metodología CODE - Conozca de Empresa. OIT

ACTIVIDAD

Se propone a los estudiantes que durante los dos últimos trimestres, identifiquen un negocio pequeño y temporal, a ser aplicado durante cuarto de secundaria, lo que les permita reunir los fondos necesarios para las actividades de la promoción. Para ello, deberán aplicar los contenidos desarrollados.

PROGRAMA 4: TRABAJANDO POR UN FUTURO

Objetivo

Generar una vivencia productiva en los equipos estudiantiles conformados, para que planteen un negocio temporal cuyas ganancias se destinen a las actividades de la promoción.

PLAN DE TRABAJO PARA CUARTO DE SECUNDARIA

1. Creamos nuestra Empresa: PRIMER TRIMESTRE.
    - Analizando nuestro entorno ¿Qué podemos aprovechar de lo que tenemos y hacemos?
    - Creamos una empresa (idea de negocio).
    - El Mercado
    - Trabajo de interacción: Al rescate de nuestra cultura.
2. Trabajamos en nuestra Asociación: SEGUNDO TRIMESTRE.
    - Organizando nuestra asociación: el trabajo y las personas.
    - Calculando costos.
    - Trabajo de interacción: Protejamos nuestro medioambiente.
3. Obtenemos resultados: TERCER TRIMESTRE.
    - Fabricamos productos / ofrecemos servicios.
    - Damos a conocer nuestros productos y/o servicios. (¿Pueden relacionarse con el turismo?)
    - Organización de diferentes actividades de recaudación de fondos
    - Gestionamos nuestro dinero.
    - Valoramos nuestra experiencia

Todos los contenidos relacionados a ésta práctica ya han sido desarrollados en las propuestas anteriores, por lo que sólo será necesario un reforzamiento por parte de los profesores.

FUENTES DE IDEAS DE NEGOCIOS

Pasatiempos/intereses

Un pasatiempo es una actividad u ocupación favorita del tiempo libre. Muchas personas han establecido negocios en pos de sus pasatiempos o intereses. Si observa que las personas disfrutan, por ejemplo, de jugar con computadoras, cocinas, música, hacer deporte, etc. Se podría desarrollar estos pasatiempos en negocios.

Destrezas personales y experiencia

Es una importante fuente, pues muchos de los negocios exitosos provienen de la experiencia en los puestos de trabajo, por ejemplo, un mecánico con experiencia de trabajo en un gran taller, puede establecer su propio taller de reparaciones. Los antecedentes, la preparación juega un rol importante en la decisión de qué tipo de empresa iniciar, como también del tipo de aventura empresarial. Las habilidades y experiencia probablemente son las fuentes más importantes no sólo para generar ideas, sino también para capitalizarlas.

Medios masivos de comunicación

Éstos son una fuente de información, ideas y oportunidades, pues pueden informar respecto a ciertas tendencias o necesidades de los consumidores. También se puede encontrar avisos que solicitan la provisión de ciertos servicios o productos.

Exhibiciones

Otra manera para encontrar ideas de negocios es asistir a exhibiciones y ferias. Visitando estos eventos regularmente, no sólo se generará ideas respectos a nuevos productos o servicios, sino que se contactará con personas que podrían ayudarlo a expandir su negocio, si ya cuenta con uno.

Encuestas

El punto focal para una nueva idea de negocios, debe ser el cliente, sus necesidades y requerimientos, las cuales constituyen la razón de ser de un producto o servicio, puede ser averiguado a través de las encuestas. Tal encuesta puede ser conducida de manera informal o formal, ya sea hablando con las personas, utilizando cuestionarios, a través de entrevistas y/o por la observación. Cuanto más información se pueda conseguir, mejor.

Las Quejas

Las quejas y las frustraciones de parte de los clientes ha llevado a muchos nuevos productos y servicios. Las veces que los clientes o consumidores se quejan amargamente acerca de un producto o servicio, o cuando escucha a alguien decir: “quisiera que hubiese…” o “si sólo fuera un producto o servicio que…”, usted tiene un potencial de una idea de negocio.

Lluvia de ideas

Ésta es una técnica para solucionar problemas en forma creativa, como también para generar nuevas ideas. El objetivo es proponer tantas como sea posible. Cada una conduce a una o más adicionales, resultando con un buen número de ellas.

Al momento de utilizar ésta técnica, se necesita seguir estas reglas:

- No criticar o juzgar las ideas de los demás
- Fomentar la libre expresión de las ideas, todas son bienvenidas aunque parezcan locas o absurdas.
- A mayor cantidad de ideas se presenten mejor.
- Combinar y mejorar las ideas de los demás.

Cuando podamos responder con cierta precisión éstas preguntas el negocio tiene mayores probabilidades de éxito:

- ¿**Quiénes** son mis clientes?
- ¿**Qué** necesitan? ¿**Qué** les gusta?
- ¿**Cuándo** compran?
- ¿**Dónde** compran?
- ¿**Por qué** compran?

ESTRATEGIA DIDÁCTICA

Los materiales presentados, son sólo una muestra básica sobre la cual los profesores pueden hacer sus respectivas modificaciones.

Hoja de trabajo 1

Que el estudiante escriba ejemplos de empresas presentes en la región y cuál es su oferta:

1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12

Hoja de trabajo 2

Se les proporciona a los estudiantes recortes de periódico con noticias negativas (p.e. “va cayendo el precio de los minerales”), para que con ella encuentren una oportunidad o un medio para seguir subsistiendo.

1	2	3
4	5	6

7	8	9

Hoja de trabajo 3

Que los estudiantes describan razones por las que deberían trabajar o no:

RAZONES PARA TRABAJAR	RAZONES PARA NO TRABAJAR

Hoja de trabajo 4

Los estudiantes describirán en éste formato la idea de negocio que tienen para la recaudación de fondos:

Nombre del Negocio	
Tipo de Negocio	
Necesidades/Oportunidades Identificadas	
Producto/Servicio a comercializar:	

Objetivos del negocio:	
Cálculo de ingresos	
Cálculo de Costos	
Utilidad Esperada	
Equipo de trabajo:	

PLAN DE SESIONES PARA EL TRABAJO CON LOS PROFESORES

Día 1 Temática Turismo

TIEMPO	ACTIVIDAD	TECNICA	MATERIALES
9:00	Presentación de los participantes		
9:30	Turismo, Clasificación, Tipos de Turismo, Tour	Ejercicio grupal y exposición	Papelógrafos Marcadores
11:00	Refrigerio		
11:30	Atractivos, Servicios, Turista, Impactos	Ejercicio grupal y exposición	Papelógrafos Marcadores
12:30	Almuerzo		
14:30	Sostenibilidad y turismo	Ejercicio grupal	Papelógrafos Marcadores
16:00	Refrigerio		
16:30	Turismo Sostenible, Turismo Sostenible y Comunidad, Ecoturismo	Juego de roles y ejercicio grupal	Tarjetas Papelógrafos Marcadores
18:00	Fin de la Jornada		

Día 2 Patrimonio

TIEMPO	ACTIVIDAD	TECNICA	MATERIALES
9:00	Hilo Conductor		Papelógrafos Marcadores
9:30	¿Qué es Patrimonio?, Recursos Naturales	Ejercicio grupal y exposición	Papelógrafos Marcadores
11:00	Refrigerio		
11:30	Ecología, Problemáticas vinculadas a los Recursos Naturales	Ejercicio grupal y exposición	Papelógrafos Marcadores
12:30	Almuerzo		
14:30	Patrimonio Cultural, Raíces Culturales en los Andes	Ejercicio grupal y exposición	Papelógrafos Marcadores
16:00	Refrigerio		
16:30	Nuestro Municipio	Ejercicio grupal y exposición	Tarjetas Papelógrafos Marcadores
18:00	Fin de la Jornada		

Día 3 Temática Cultura Emprendedora (Hacia el Emprendimiento)

TIEMPO	ACTIVIDAD	TECNICA	MATERIALES
9:00	Hilo Conductor		Papelógrafos Marcadores
9:30	Ante la Realidad, Cultura Emprendedora, Emprendedor	Ejercicio grupal y exposición	Papelógrafos Marcadores
11:00	Refrigerio		
11:30	Creatividad, Liderazgo, Trabajo en Equipo	Ejercicio grupal y exposición	Papelógrafos Marcadores
12:30	Almuerzo		
14:30	Características como empresario, Elementos necesarios al momento de implementar una idea de negocios (1° parte)	Ejercicio grupal y exposición	Papelógrafos Marcadores
16:00	Refrigerio		
16:30	Elementos necesarios al momento de implementar una idea de negocios (2° parte)	Ejercicio grupal y exposición	Tarjetas Papelógrafos Marcadores
18:00	Fin de la Jornada		

Día 4 Temática Cultura Emprendedora (Trabajando por un Futuro)

TIEMPO	ACTIVIDAD	TECNICA	MATERIALES
9:00	Hilo Conductor		Papelógrafos Marcadores
9:30	Proceso de Trabajo para el Primer Trimestre de Cuarto de Secundaria	Ejercicio grupal y exposición	Papelógrafos Marcadores
10:30	Refrigerio		
11:00	Proceso de Trabajo para el Segundo Trimestre de Cuarto de Secundaria	Ejercicio grupal y exposición	Papelógrafos Marcadores
12:00	Proceso de Trabajo para el Tercer Trimestre de Cuarto de Secundaria		
13:00	Almuerzo y Fin de la Jornada		

CÁLCULO DE COSTOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PRESENTE PROYECTO

(Expresado en Bolivianos)

DETALLE	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Impresión Texto	100	20	2000
Baners (1mX1,5m)	40	300	12000
Proceso de Trabajo con Profesores	2	165	330
Facilitadora	1	6000	6000
Papelógrafos	50	0,7	35
Papel Bond tamaño oficio (paquete)	1	32	32
Marcadores	36	2,5	90
Fichas de cartulina	200	0,2	40
Refrigerio	85	4,5	382,5
Masking	2	2,5	5
TOTAL			**20749,5**

El financiamiento para la realización de este material provendrá del Gobierno Municipal de Irupana, en sujeción al D.S. N° 28421 de la Distribución de Recursos del Impuesto Directo a los Hidrocarburos y Asignación de Competencias del 21 de Octubre de 2005, que indica lo siguiente:

Artículo. 2

II Competencias

B) Municipios

3. Fomento al Desarrollo Económico Local y Promoción de Empleo

"i) Asistencia técnica y capacitación al sector productivo a través de programas y proyectos de investigación e innovación tecnológica, investigación de mercados, gestión de calidad, gestión de procesos, fortalecimientos a organizaciones productivas, calidad, marketing, elaboración de planes de negocios para la micro, pequeñas y mediana empresa, rueda de negocios, capacitación para la transformación de productos primarios."

"v) Promoción del empleo a través de la participación operativa en programas de generación de empleo temporal y permanente, el desarrollo de programas de capacitación, seguimiento del mercado laboral y creación de bancos de empleo".

CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero	Julio				Agosto	Di
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	Junio	1	2	3	4	Noviembre	1
Reuniones Preparatorias Distrital de Educación-Gobierno Municipal-Equipo de Trabajo		X		X		X		X																											
Afinación del Material									X	X	X	X																							
Inserción del Presupuesto en el POA Reformulado y POA del siguiente año														X	X	X	X																		
Convocatoria a Reuniones informativas a Directores de los Establecimientos Educativos																				X	X	X													
Impresión y distribución del material																							X	X	X	X	X								
Realización de los talleres con profesores																											X	X							
Trabajo profesores - estudiantes																													X						
Reunión de Intercambio de Experiencias y Retroalimentación																														X	X				
Trabajo profesores - estudiantes																																		X	
Reunión de Intercambio de Experiencias y Retroalimentación																																			X

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

Al término del presente proyecto pueden darse a conocer las siguientes conclusiones:

- El material presentado aporta a que los estudiantes conozcan lo que es el turismo, a través de sus profesores, pues gran parte de esa diversidad geográfica y cultural tiene potencial turístico, que no está siendo aprovechado. El incremento del precio de los minerales y de la coca, hace que en su mayoría la población asentada se concentre en desarrollar este tipo de actividades, respecto a otras. El turismo se presenta como una opción interesante; sin embargo, como ya cuentan con ingresos "seguros y con un menor riesgo", no se considera primordial emprender en esta actividad, tanto en el ámbito público como privado, con algunas excepciones.

  El interés de focalizar el trabajo en estudiantes de secundaria, parte de generarles una visión abierta a la identificación y aprovechamiento de oportunidades, principalmente de negocios, que permita satisfacer sus necesidades, con impacto en un largo plazo, en el que puedan considerarse diferentes aspectos para el desarrollo de una región: el tema ambiental, cultural y el desarrollo económico. Siendo el turismo una actividad capaz de conjugar estos importantes aspectos, se considera trascendental que los estudiantes conozcan respecto a este tema, para que en un futuro cercano, ellos en su rol de autoridades, negociantes, productores, padres de familia, no se limiten asímismos, ni caigan el conformismo a "tener lo necesario", ó también, el individualismo, que inciden directamente en el desarrollo de la región y del país.

- El municipio de Irupana, abarca un extenso territorio que involucra cuatro regiones fisiográficas muy importantes: Cordillera, Valles Interandinos, Yungas Medio y Yungas Bajo, ésta interrelación provoca que exista una gran diversidad de flora y fauna, así como de asentamientos humanos que pueden diferenciarse claramente entre sí, como ser: los de raíces aymaras, de origen vasco, descendientes afro y en menor proporción, quechuas.

  Estos asentamientos, con su vida cotidiana, la interacción con la naturaleza, su manera de ver el mundo y de hacer las cosas, antes y ahora, son fuentes de una riqueza cultural que

lamentablemente está corriendo el riesgo de una desaparición lenta y silenciosa, cuyo proceso se da principalmente en adolescentes y jóvenes.

Si bien parte de su tiempo está dedicado al estudio, los programas actuales en los establecimientos educativos, no contemplan temáticas que resalte la importancia de conocer, mantener y valorar el patrimonio con el que cuenta la población en general y el orgullo de, como persona, identificarse con éste y además velar por que siga vigente.
El material presentado pretende abarcar temáticas que actualmente no son contempladas con la importancia debida. Los contenidos propuestos toman en cuenta la realidad local, tanto en lo natural como cultural.

- Al reconocer que nuestro país, en general, y el municipio de Irupana, en particular, cuenta con una riqueza que en una proporción no es aprovechada, y en otra, se limita a la extracción de materia prima, con pocas experiencias de transformación y generación de Valor Agregado, es trascendental la generación de una nueva visión en adolescentes y de algún modo una práctica en la identificación de oportunidades, el asumir retos, y que tomen en cuenta procedimientos y características esenciales para tener éxito en una empresa. Este debe ser un proceso que debe llevarse a cabo antes de que sean adultos, pues para entonces, puede ser que hayan adquirido hábitos no empresariales.

  De alguna manera representa también un reto y un emprendimiento para aquellos buenos profesores, que no sólo se conforman con transmitir conocimientos o enseñar a sus estudiantes, sino que quieren que salgan adelante y aporten al desarrollo de la región y del país.

  También es importante reconocer que en todo este proceso, el Gobierno Municipal (GM) y la Dirección Distrital de Educación, juegan un papel muy importante, pues el GM de Irupana incluirá éste componente en sus Planes Operativos y la Dirección Distrital tendrá que monitorear todo el proceso.

- El material presentado son herramientas útiles, pero básicas, que dejan a la creatividad de los profesores, introducir los correspondientes ajustes o añadiduras para que la *construcción* de este proceso sea más enriquecedor, principalmente para el estudiante.

BIBLIOGRAFÍA

BUSTILLOS, Sandra
2005 Inventariación de los Recursos Turísticos del Municipio de Irupana y su Puesta en Valor Turístico. UMSA. La Paz.

CACHÓN Rodríguez, Lorenzo; OLIVARI, Lucrecia
2005 Inmigración – Sensibilización, Síntesis de las Jornadas de Reflexión sobre el Plan Estratégico de Integración de los Inmigrantes. Universidad Complutense de Madrid. España.

CASASOLA, Luis
1998 Turismo y Ambiente. Trillas. México

CASTELLÓN EMMA
2002 Investigación Documental o Bibligráfica. UMSA. Bolivia

DIAZ Cubero, José
1978 Introducción a las Ciencias Biológicas. Distribuidora Escolar. España.

DIONÍSIO Sierra, Francisco Manuel
2001 Modistur - Un Modelo Dinámico Del Sistema Turístico: Implicaciones para la Administración Estratégica de Destinos Turísticos. Tesis de Doctorado. Universidad de Algarve. Portugal.

FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y TURISMO
2003 Recursos Territoriales Turísticos. Universidad de Extremadura. México

FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE MUNICIPALES DE BOLIVIA
2008 El Impuesto Directo a los Hidrocarburos (IDH) y la Generación de Empleo e Ingresos Económicos a través de la Explotación Racional de los Recursos Naturales. FAM. Bolivia

FIGUEROA Colvin, Jorge
2004 Economía Turística. La Serena. Chile

FREIRE, Paulo
1987 Educación y Liberación. Tarea. Lima

FUNDACIÓN PARA LA PRODUCTIVIDAD
2005 Los Retos de la Cultura Emprendedora. El Camino hacia la Competitividad. FUNDAPRO. La Paz.

FUTUROS
2005 Entrevista a Marcos Sommer, Roberto Codas Friedmann y José Manuel Guerrero. Volumen 3. N° 12.

GOBIERNO MUNICIPAL DE IRUPANA
2001 Plan de Desarrollo Municipal.

GOBIERNO MUNICIPAL DE IRUPANA
2006 Plan de Desarrollo Municipal.

GÓMEZ Piñeiro, Javier
2004 Aportaciones de la Geografía al Estudio Científico del Turismo. Universidad de Deusto. España

GONZALES Barrera, Milton; LARICO Alanoca, Germán
2007 Sabiduría de los Ancestros Andinos: Cultura Cosmoagrocéntrica. FOMEM. Bolivia.

HORIZONTES ANTROPOLÓGICOS
2003 Entrevista a Kart Meethan. Vol.9 no.20

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA
1998 Atlas estadístico de Municipios de Bolivia

JIMÉNEZ Martinez, Alfonso de Jesús
2000 Una Aproximación Sistémica al Turismo: Implicaciones para la Multi y la Transdisciplinariedad. Universidad del Caribe. México.

LESCANO, Graciela; STOLOVICH, Luis
2002 La Gestión del Patrimonio Natural y Cultural en Uruguay. SEMA – EMS. Chile

LIEPER, Neil
1995 Tourism Management. Austria

LÓPES Nieves, rosa
2006 Patrimonio Cultural y Turismo. Escuela de Hotelería y Turismo: "Alberto Delgado" de Villa Clara. Cuba

LORETO, Dam
1998 Gestión Turística: Educación profesional en turismo. Edición nº 3, Diciembre.

LUQUE, Liliana
1999 Turismo. Instituto Educativo Metropolitano. Venezuela.

MALDONADO, Carlos
2006 NETCOM – Negocios Turísticos con Comunidades. OIT. Quito.

MOLINA Estrada, Sergio.
1994 Turismo y Ecología. Trillas. México.

MÜNCH, Lourdes; ANGELES, Ernesto
1998 Métodos y Técnicas de Investigación. Trillas. México.

OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO
2005 ISUN - Inicie su Negocio. OIT. Lima.

OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO
2003 CODE – Conozca de Empresa. OIT. Lima.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA
1972 Convención Sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural. UNESCO.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA
1972 Conferencia General celebrada en París del 17 de Octubre al 21 de Noviembre. UNESCO

ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS AMERICANOS

1997 XVII Congreso Interamericano de Turismo: Sostenibilidad del Turismo Mediante la Gestión de sus Recursos Naturales y Culturales. OEA. Costa Rica

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO
1980 Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial. OMT. Filipinas.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO
1999 Desarrollo Turístico Sostenible. OMT. España.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO
1999 Turismo Sostenible y Gestión Municipal. Turismo y Medio Ambiente. OMT. España

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO
1999 Turismo: Panorama 2020. OMT. España.

PREFECTURA DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ
2007 Plan Departamental de Desarrollo Turístico. La Paz

PNUD/UNESCO

1986 Salvemos lo Nuestro. Imprenta Siglo XXI. Santiago de Chile

PUENTE Fernández, Pedro
1999 La Sensibilización Social. EDIME. España.

VALDEZ Acosta, Manuel de Jesús
2005 Cultura Emprendedora. Ed. El Fuerte. México

VICEMINISTERIO DE TURISMO – PREFECTURA DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ
2000 Complejo de Desarrollo Turístico Integral Cordillera Real. La Paz. Bolivia

VICEMINISTERIO DE TURISMO
2005 Manual de Gestión Turística a Nivel Local. VMT. Bolivia.

VICEMINISTERIO DE TURISMO
2008 Anuario Estadístico Digital. VMT. Bolivia.

VICEMINISTERIO DE TURISMO
2006 Plan Nacional de Turismo 2006 – 2001. VMT. Bolivia

Enciclopedia Microsoft Encarta 2000

ANEXO 1

SECRETARÍA TÉCNICA DEL DIALOGO **FORMULARIO Nº 1**

MESA MUNICIPAL

IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS Y/O NEGOCIOS

Nro.	Producto y/o negocio
1	CAFÉ
2	COCA
3	HORTALIZAS, TUBÉRCULOS Y AMARANTO
4	FRUTÍCOLA CÍTRICOS - MANGO
5	TURISMO
6	APICULTURA

FORMULARIO Nº 3

MESA MUNICIPAL

IDENTIFICACIÓN DE POTENCIALIDADES, LIMITACIONES Y FORMULACIÓN DE EP

1) Departamento: LA PAZ
2) Provincia: SUD YUNGAS **Código:**
3) Municipio: IRUPANA **Código:**

5) Producto: TURISMO **Grupo:**

POTENCIALIDADES		LIMITACIONES		FORMULACIÓN DE LA EP
1	Paisaje.	**1**	Comunicación vial.	Irupana, un municipio que cuenta con un clima benigno, atractivos naturales, ruinas arqueológicas, infraestructura hotelera y de salud, además de poseer pisos ecológicos variados, temperaturas que oscilan entre 19 y 21 grados y el calor humano de sus habitantes, desea fortalecer la estructura existencial, energía eléctrica, telecomunicaciones y comunicación vial; a través de políticas del Gobierno central, la Prefectura departamental, el Municipio, la inversión Pública y Privada, desarrollando y promoviendo programas al turismo interno y externo; así como la capacitación dentro de una organización interna en temas de relaciones humanas, atención al visitante, apoyar al sector salud con personal especializado y apoyo logístico de transporte. Así tendremos un municipio productivo, autosostenible, moderno, mejorando la calidad de vida de sus habitantes.
2	Ruinas arqueológicas como Pasto Grande.	**2**	En salud el personal especializado es limitado.	
3	Salud: infraestructura y equipamiento médico.	**3**	Mayor capacitación.	
4	Telecomunicaciones.	**4**	Promoción del turismo interno.	
5	Factores climáticos.	**5**	Transporte público.	
6	Calor humano.	**6**	Energía eléctrica.	
7	Infraestructura.	**7**	Promoción de zonas turísticas.	
8	Productos naturales.	**8**	Se debe mejorar el manejo de la basura.	
9	Festividades.	**9**	Falta de organización interna (tema turismo).	
10	Potencializar el circuito turístico.	**10**	Capacitación en manipulación de alimentos.	
11	Se práctica el parapentismo.	**11**	Bloqueos.	
12	Existe baile, música, poemas.			

ANEXO 2

DEPARTAMENTO DE LA PAZ

ANEXO 3

PROVINCIA SUD YUNGAS