

MARCO

T-2409

TUR-239

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS**  
**FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE TURISMO**



**PROYECTO DE GRADO:**

**“PLAN ESTRATÉGICO DE PROMOCIÓN PARA EL  
DESARROLLO TURÍSTICO DE LA REGIÓN DE ZONGO”**

116 h.

**POSTULANTE: MAMANI ESPEJO GLADYS  
QUISPE BURGOA VALERIA**  
**TUTOR: LIC. DEICY CLAVIJO**

**LA PAZ - BOLIVIA**

**2010**

HUMT-2409


K-86043



Tesis  
2409

El trabajo fue aprobado con la  
nota de:

  
Daisy Chirigón S.  
tutora.

  
Lorena Durán  
Tribunal

  
Jose Hidalgo Durán  
DIRECTOR EN EJERCICIO

  
Yolanda Berroja  
Tribunal

WR/13/AGO/2010


Agradecimiento:

Doy gracias a mi tutora  
Deicy Clavijo por su  
apoyo en este proyecto,  
como también a mi  
compañera amiga  
Valeria Quispe.

Dedicatoria:

Agradezco y dedico mi esfuerzo a mi  
preciosa familia que me ha  
impulsado a seguir adelante en todo  
momento; a mi papá Máximo  
Mamani que ha sido la fuente de  
inspiración, a mi mamá Ana María  
Espejo que es la luz de mis ojos; a mi  
esposo Alex Aquino por el apoyo  
constante y sobre todo Gracia a Dios.





AGRADECIMIENTO:

Doy gracias en primer lugar a DIOS, a la U.M.S.A. por la formación académica, a nuestra tutora Deicy Clavijo por habernos transmitido sus conocimientos y a mi compañera Gladys Mamani.

DEDICATORIA:

Esta etapa de mi vida la dedico especialmente a mis padres Armando Quispe y Amelia Burgoa de Q. por el sacrificio y el apoyo incondicional que me brindaron a lo largo de la preparación en mi carrera profesional, a mis hermanas Juana, Deyci, y Cristina y en especial a mi sobrina Adriana Condori.



**ÍNDICE**  
**CAPÍTULO I**  
**ASPECTOS GENERALES**

	<b>Pág.</b>
1.1. RESUMEN EJECUTIVO.....	1
1.2. ANTECEDENTES.....	2
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.4. DELIMITACIÓN TEMÁTICA.....	6
1.4.1. Delimitación Temporal.....	6
1.4.2. Delimitación Espacial.....	6
1.4.3. Delimitación del Contenido.....	6
1.5. JUSTIFICACIÓN.....	7
1.6. OBJETIVOS.....	7
1.6.1. Objetivos Generales.....	7
1.6.2. Objetivos Específicos.....	8
1.7. METODOLOGÍA.....	8
1.7.1. Método.....	8
1.7.2. Proceso de Recolección de Datos.....	9
1.7.3. Instrumentos Metodológicos.....	10
1.7.4. Fuentes de Información.....	11
1.7.5. Diseño Metodológico Instrumental.....	13
1.7.6. Fase Analítica.....	14
1.7.6.1. Árbol de Problemas.....	14
1.7.6.2. Árbol de Objetivos.....	15
1.7.7. Selección de Muestra.....	18

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TÉORICO CONCEPTUAL**  
**DIMENSIONES CONCEPTUALES**

	<b>Pág.</b>
<b>2.1. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.....</b>	19
<b>2.2. LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA.....</b>	20
<b>2.3. TURISMO SOSTENIBLE.....</b>	21
<b>2.3.1. Concepto, Desarrollo Turístico Sostenible.....</b>	22
<b>2.3.2. Definiciones.....</b>	23
<b>2.4. PROMOCIÓN TURÍSTICA.....</b>	24
<b>2.4.1. Importancia de la promoción.....</b>	24
<b>2.4.2. Métodos promocionales.....</b>	25
<b>2.5. MATERIAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA.....</b>	26
<b>2.6. MARKETING.....</b>	29
<b>2.6.1. ¿Qué es marketing?.....</b>	29
<b>2.6.2. Procesos Básicos del Marketing.....</b>	29
<b>2.7. CONCEPTO DE MERCADO.....</b>	30
<b>2.7.1. Origen del Mercado.....</b>	31
<b>2.7.2. Segmentación de Mercado.....</b>	31
<b>2.7.3. Segmentación Geográfica.....</b>	31
<b>2.7.4. Segmentación Demográfica.....</b>	32
<b>2.7.5. Segmentación Pictórica.....</b>	32
<b>2.7.6. Segmentación por Conducta.....</b>	32
<b>2.8. PRODUCTO Y/O SERVICIO TURÍSTICO.....</b>	32
<b>2.9. PRECIO.....</b>	32
<b>2.10. PUBLICIDAD.....</b>	33
<b>2.10.1. Objetivo de la publicidad .....</b>	33

### **CAPÍTULO III**

#### **MARCO LEGAL**

	<b>Pág.</b>
<b>3.1. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO.....</b>	35
<b>3.2. LEY DE DESCENTRALIZACIÓN ADMINISTRATIVA.....</b>	35
<b>3.2.1. ÁMBITO NACIONAL.....</b>	35
<b>3.2.2. ÁMBITO DEPARTAMENTAL.....</b>	36
<b>3.2.3. ÁMBITO DE MUNICIPALIDADES.....</b>	36
<b>3.3. LEY DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN BOLIVIA, LEY Nro. 2074.....</b>	36
<b>3.4. LEY DEL MEDIO AMBIENTE 1333.....</b>	37
<b>3.5. INSTITUCIONES PÚBLICAS.....</b>	37
<b>3.6. INSTITUCIONES PRIVADAS.....</b>	38

### **CAPÍTULO IV**

#### **CARACTERIZACIÓN DE LA REGIÓN DE ZONGO**

<b>4.1. ANALISIS DEL CONTEXTO.....</b>	39
<b>4.1.1. Ubicación Geográfica.....</b>	39
<b>4.1.2. Limites Territoriales.....</b>	39
<b>4.2. ASPECTOS FISIAGRÁFICOS.....</b>	39
<b>4.2.1. Altura.....</b>	39
<b>4.2.2. Relieve.....</b>	39
<b>4.3. ASPECTOS DEL ECOSISTEMA.....</b>	40



	<b>Pág.</b>
<b>4.3.1.</b> Clima.....	40
<b>4.3.2.</b> Fauna.....	40
<b>4.3.3.</b> Flora.....	42
<b>4.3.4.</b> Hidrografía.....	42
<b>4.4.</b> ASPECTOS SOCIO CULTURALES.....	43
<b>4.4.1.</b> Población.....	44
<b>4.4.2.</b> Educación.....	45
<b>4.4.3.</b> Salud.....	45
<b>4.4.4.</b> Idioma.....	47
<b>4.4.5.</b> Religión.....	47
<b>4.5.</b> ASPECTOS SOCIO ECONÓMICOS.....	47
<b>4.5.1.</b> Principales actividades económicas.....	47
<b>4.5.2.</b> Planta de energía eléctrica.....	48
<b>4.5.3.</b> Transporte y Acceso.....	49
<b>4.5.4.</b> Comunicación.....	50
<b>4.5.5.</b> Servicios Básicos.....	51
<b>4.6.</b> ASPECTOS ORGANIZATIVOS INSTITUCIONALES.....	51

**CAPITULO V**  
**ESTUDIO DE MERCADO**

<b>5.1.</b> ESCENARIO SOCIAL.....	53
<b>5.1.1.</b> Historia.....	53
<b>5.1.2.</b> Sublevación Zongo Chayanata.....	54
<b>5.1.3.</b> Refugio de Dn. Pedro Domingo Murillo.....	54
<b>5.2.</b> OFERTA TURÍSTICA.....	55

	<b>Pág.</b>
<b>5.2.1.</b> Huayna Potosí.....	55
<b>5.2.2.</b> Milluni.....	56
<b>5.2.3.</b> Comunidad Botijlaca.....	57
<b>5.2.4.</b> Comunidad Llaullini.....	58
<b>5.2.5.</b> Comunidad Cañaviri.....	58
<b>5.2.6.</b> Comunidad Camsique.....	60
<b>5.2.7.</b> Comunidad Chirimoyani.....	60
<b>5.2.8.</b> Comunidad Coscapa.....	61
<b>5.2.9.</b> Pueblo de Zongo.....	61
<b>5.2.10.</b> Comunidad Villa Esperanza.....	63
<b>5.2.11.</b> Comunidad Cahua Grande.....	64
<b>5.2.12.</b> Comunidad Huaji.....	65
<b>5.3.</b> INFRAESTRUCTURA.....	65
<b>5.3.1.</b> Refugio Huayna Potosí.....	65
<b>5.3.2.</b> Refugio de Llaullini.....	66
<b>5.3.3.</b> Refugio de Cañaviri.....	66
<b>5.3.4.</b> Hoteles.....	66
<b>5.3.5.</b> Restaurantes.....	67
<b>5.3.6.</b> Transporte.....	67
<b>5.4.</b> DEMANDA.....	69
<b>5.4.1.</b> Tendencia Mercado Nacional.....	69
<b>5.4.2.</b> Demanda hacia Bolivia.....	70
<b>5.4.3.</b> Demanda de Turistas en el Dpto. de La Paz.....	73
<b>5.4.4.</b> Demanda a la Región de Zongo.....	74

## CAPITULO VI

### DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL DISTRITO 23 DE ZONGO

	Pág.
6.1. ORDENAMIENTO DE PROBLEMAS.....	76
6.2. DESCRIPCIÓN DE LOS PROBLEMAS SELECCIONADOS.....	77
6.3. ANÁLISIS DE LOS PROYECTOS EXISTENTES.....	78
6.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	80
6.5. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS.....	81
6.6. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS.....	82
6.7. ANÁLISIS DE SONDEO DE OPINIONES.....	88

## CAPITULO VII

### PROPUESTA DEL PROYECTO

7.1. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO.....	89
7.2. ENTIDAD EJECUTORA DEL PLAN.....	89
7.3. POBLACIÓN BENEFICIADA.....	90
7.4. ORGANIGRAMA.....	90
7.5. OBJETIVO GENERAL.....	91
7.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	91
7.7. VISIÓN.....	91
7.8. MISIÓN.....	91
7.9. ESTRATEGIAS DEL PLAN DE PROMOCIÓN.....	91
7.10. PROGRAMA 1.....	92
“PROYECTO DE PROMOCION TURISTICA”	



	<b>Pág.</b>
<b>7.10.1.</b> Localización.....	92
<b>7.10.2.</b> Introducción.....	92
<b>7.10.3.</b> Identificación del Problema.....	92
<b>7.10.4.</b> Justificación.....	93
<b>7.10.5.</b> Objetivos.....	94
<b>7.10.5.1.</b> Objetivo General.....	94
<b>7.10.5.2.</b> Objetivos Específicos.....	94
<b>7.10.6.</b> Instrumentos Estratégicos.....	94
<b>7.10.7.</b> Identidad Corporativa.....	95
<b>7.10.1.</b> Sistema Informático, Internet.....	96
<b>7.10.8.</b> Materiales de Promoción Turística.....	98
<b>7.10.8.1.</b> Revistas Especializadas.....	98
<b>7.10.8.2.</b> Guías turística.....	98
<b>7.10.9.</b> Elaboración de Material de Apoyo.....	90
<b>7.10.10.</b> Alianzas Estratégicas.....	100
<b>7.10.10.1.</b> Asistencia a Eventos y/o ferias turísticas.....	100
<b>7.10.11.</b> Presupuesto del Programa.....	102
<b>7.10.12.</b> Cronograma de Ejecución.....	102
<b>7.11.</b> PROGRAMA 2.....	103
<b>“PROYECTO CREACIÓN DE CIRCUITOS TURÍSTICOS”</b>	
<b>7.11.1.</b> Localización.....	103
<b>7.11.2.</b> Introducción.....	103
<b>7.11.3.</b> Identificación del Problema.....	103
<b>7.11.4.</b> Justificación.....	103

	<b>Pág.</b>
<b>7.11.5. Objetivos.....</b>	104
<b>7.11.5.1. Objetivo General.....</b>	104
<b>7.11.5.2. Objetivos Específicos.....</b>	104
<b>7.11.6. Datos de Identificación.....</b>	104
<b>7.12. PROGRAMA 3.....</b>	110
<b>“PROYECTO CREACIÓN DE UN CENTRO DE INFORMACIÓN”</b>	
<b>7.12.1 Localización.....</b>	110
<b>7.12.2. Introducción.....</b>	110
<b>7.12.3. Identificación del Problema.....</b>	110
<b>7.12.4. Justificación.....</b>	111
<b>7.12.5. Objetivos.....</b>	111
<b>7.12.5.1. Objetivo General.....</b>	111
<b>7.12.5.2. Objetivos Específicos.....</b>	111
<b>7.12.6. Datos de Identificación.....</b>	111
<b>7.12.7. Presupuesto de Programa.....</b>	113
<b>7.12.8. Cronograma de Ejecución.....</b>	115
<b>7.13. FINANCIAMIENTO DEL PLAN DE PROMOCIÓN.....</b>	115

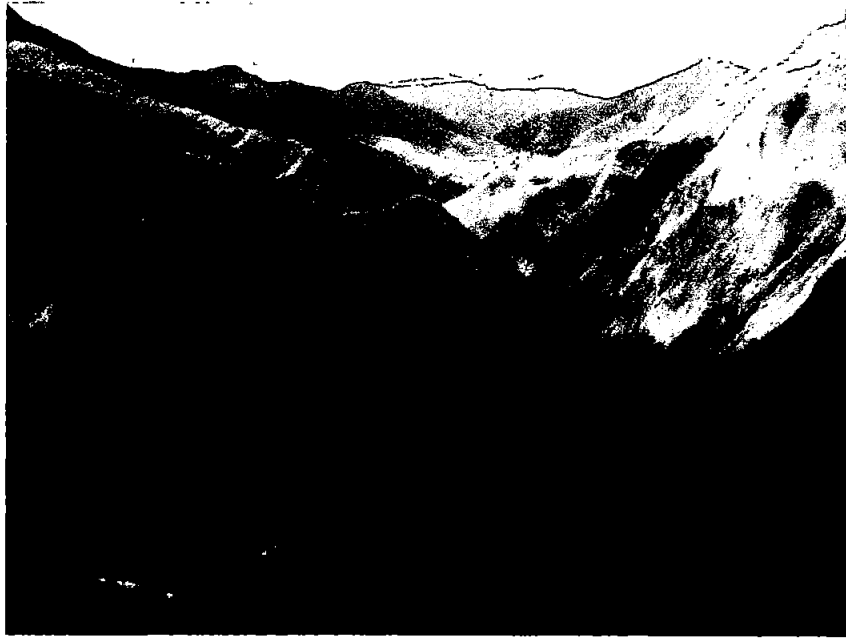
## ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
CUADRO N°1 MAMÍFEROS.....	41
CUADRO N°2 AVES.....	41
CUADRO N°3 FLORA.....	42
CUADRO N°4 POBLACIÓN.....	43
CUADRO N°5 EDUCACIÓN.....	45
CUADRO N°6 TRANSPORTE.....	50
CUADRO N°7 TARIFAS DE TRANSPORTE .....	67
CUADRO N°8 PROYECTOS POTENCIALES.....	68
CUADRO N°9 INGRESOS POR TURISMO RECEPTIVO.....	71
CUADRO N°10 DEMANDA TURÍSTICA A BOLIVIA.....	72
CUADRO N°11 LLEGADA DE VISITANTES A LA PAZ.....	74
CUADRO N°12 ORDENAMIENTO DE PROBLEMAS.....	76
CUADRO N°13 ANÁLISIS DE ENTREVISTAS.....	81
CUADRO N°14 SERVICIOS OFERTADOS POR LAS AGENCIA.....	83
CUADRO N°15 SERVICIOS DEMANDADOS.....	84
CUADRO N°16 NACIONALIDAD DE LA DEMANDA.....	85
CUADRO N°17 DESTINOS CON MAYOR DEMANDA EN LA CIUDAD DE LA PAZ.....	85
CUADRO N°18 EDAD PROMEDIO DE LOS TURISTAS.....	86



CUADRO N°19 MEDIOS DE INFORMACIÓN.....	87
CUADRO N°20 ALTERNATIVAS TURISTICAS.....	87
CUADRO N°21 PRESUPUESTO DEL PROGRAMA DE PROMOCIÓN.....	102
CUADRO N°22 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN.....	102
CUADRO N°23 PRESUPUESTO DEL PROGRAMA DEL CENTRO DE INFORMACIÓN.....	113
CUADRO N°24 CROMOGRAMA DE EJECUCION.....	115
CUADRO N°25 FINACIAMIENTO DEL PLAN DE PROMOCIÓN.....	115

# CAPÍTULO I



## “PLAN ESTRATÉGICO DE PROMOCIÓN PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA REGIÓN DE ZONGO”

### ASPECTOS GENERALES

#### 1.1. RESUMEN EJECUTIVO

El Plan constituye en una propuesta para orientar el desarrollo turístico de Zongo. Incluye la visión, la vocación y las expectativas de los actores del turismo, contemplando responsabilidades y roles de los sectores involucrados.

De esta manera el plan se divide de la siguiente forma:

#### **CAPÍTULO 1**

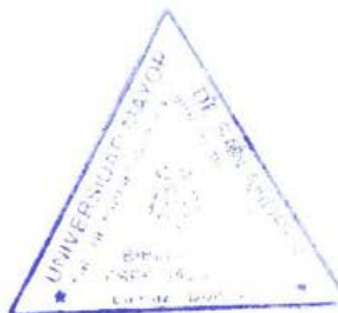
Analiza el aspecto turístico de la región de Zongo y su problemática actual. Definiéndose de esta manera la metodología y los instrumentos metodológicos para cumplir con los objetivos trazados del plan de promoción.

#### **CAPÍTULO 2**

Describe los aspectos conceptuales sobre la planificación estratégica, planificación y la promoción turística que respaldan el plan de promoción.

#### **CAPÍTULO 3**

Analiza el marco legal y menciona las instituciones ligadas a la actividad turística.





#### **CAPÍTULO 4**

Describe los aspectos generales de Zongo: aspectos fisiográficos, aspectos del ecosistema, aspectos socioculturales, socioeconómicos y organizativos institucionales.

#### **CAPÍTULO 5**

Enfoca el estudio de mercado analizando la oferta y la demanda, lo que contribuyó en el desarrollo de las propuestas.

#### **CAPÍTULO 6**

Está dirigido al diagnóstico de la región de Zongo y el análisis de los diferentes aspectos relacionados con la actividad turística.

#### **CAPÍTULO 7**

Da a conocer las propuestas para promover la actividad turística tales como: programa de promoción, programa de creación de circuitos y el programa de creación de un centro de información.

El Plan promueve la oferta turística de la región de Zongo que sea capaz de satisfacer las necesidades de la demanda turística actual, además de posicionar el producto turístico de la región de Zongo en mercados nacionales y extranjeros. Finalmente busca el fortalecimiento institucional, articulando las relaciones interinstitucionales públicas y privadas.

### **1.2. ANTECEDENTES**

La actividad turística tiene enormes posibilidades para convertirse en una alternativa de desarrollo económico y social, pues, su fortalecimiento en el mercado nacional lo situará como una alternativa con futuro, asociado al crecimiento económico de los países. En nuestro país ésta alternativa va

acaparando nuevos precios y nuevos segmentos que en la actualidad se hallan en constante crecimiento. En este sentido, la actividad turística se ha concentrado territorialmente a lo largo del país, abarcando actividades diversas como ser: la cultura, naturaleza, artesanía, recreación y otros, lo que motiva al visitante a desplazarse. Los efectos de la globalización, la apertura de mercados y la competitividad van en desmedro de los países con poca base productiva industrial, esto constituye una fortaleza y oportunidad para el turismo, por lo que la mayoría de los países en vías de desarrollo e incluso aquellos desarrollados estén impulsando cada vez más a la actividad turística dentro de su abanico productivo.

### **Zongo**

El distrito 23 de Zongo se encuentra en el departamento de La Paz en la provincia Pedro Domingo Murillo, limita al norte con la provincia Larecaja al Sur con la provincia Aroma al Este con la provincia Nor y Sud Yungas y al Oeste con la provincia Los Andes que tiene una distancia aproximada de 110 kilómetros del centro de la ciudad por el camino al nevado Chacaltaya, esta zona comienza al pie de los nevados Huayna Potosí y Chacaltaya a 6.088 m.s.n.m. y termina en la comunidad Huaji a 941 m.s.n.m., ofreciendo así una exuberante vegetación a su alrededor.

El ingreso a los yungas de Zongo es un descenso de 4.000 metros en aproximadamente dos horas, atravesando el caudaloso río Zongo, en medio de una quebrada con cerros de más de 1.000 metros cubiertos de exuberante vegetación, además de observar los diferentes pisos ecológicos. De la misma forma se puede observar que el agua es de color verdosa por los minerales que existen en su interior. Al descender se encuentran árboles como el keñua, chachacoma, la chilca, incencio, copal y el aliso. Asimismo se puede observar animales como la oveja, llama, venado,



picaflor, jabalí, jochi pintado y monos pequeños. Complementando a ello la producción de la palta, plátano, mango, cacao, café, yuca, walusa, maíz, arroz y la coca. También se puede apreciar en la cumbre un clima frígido de temperatura variante bajo cero y al final de la quebrada la calidez de los 25° grados.

En la región 23 de Zongo están esparcidas 34 comunidades de no más de 18 familias que forman un número de 1.000 habitantes en la zona. Los zongueños tienen una economía de subsistencia, en el valle alto o sub-región de la puna entre 4.700 y 3.000 m.s.n.m. los nativos viven de la crianza de llamas y ovejas también caracterizada por ser una zona productora de papas pues el frío y la aridez de las tierras impiden cualquier otro cultivo, este área cuenta con comunidades como Chucura, Mujinitani, Llaullini, Tiquimani, Coscapa, Cuticucho la mayoría de ellos con caminos de herradura hasta más de 6 horas de caminata; asimismo en el trayecto encontramos las comunidades de Botijlaca y Cañaviri.

La zona de la cuenca del río Zongo valle a 2.500 m.s.n.m. aproximadamente, se caracteriza por la llanura de tierras, entre montes y alturas se encuentra las comunidades como Chirimoyani, Camsique, Islani Bajo, Cahua Grande, Pueblo de Zongo y Jacha Loma. El valle bajo o sub-Tropical que es inferior a los 1.200 m.s.n.m. destacándose por su inigualable belleza paisajística con temperaturas muy altas, donde encontramos a las comunidades de Huaylipaya, Huaji, Chiviraque, Isicani, Susupi y Zongo Choro.

Allí también se encuentran las plantas hidroeléctricas de la empresa COBEE (Compañía Boliviana de Energía Eléctrica), que tiene instaladas 11 plantas a lo largo del río hasta Huaji, aprovechando de esta manera la corriente del río para dotar de energía al departamento de La Paz.



### 1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad la promoción turística, es una actividad de suma importancia que nos ayuda a identificar, descubrir, generar información de diversos atractivos existentes en el país para generar el desplazamiento de uno o varios individuos, quienes buscan nuevas experiencias, emociones, convivencias con la naturaleza y cultura; para ello es necesario determinar estrategias competitivas y especializadas de promoción y comercialización.

Es así que se ha podido evidenciar que la región de Zongo es una alternativa de desarrollo turístico natural de gran potencial, capaz de atraer una demanda considerable de visitantes, pero el principal problema con el que atraviesa la región es el desaprovechamiento de los recursos naturales y/o culturales debido a la falta de estrategias de promoción turística que hizo que esta región no haya sido tomada en cuenta dentro de los destinos turísticos del departamento de La Paz. Paralelamente ha esto, se ha podido observar que desde hace muchos años atrás los nevados del Huayna Potosi y Chacaltaya han sido promocionados juntamente con la parte alta de Zongo teniendo resultados positivos para los nevados y un resultado desfavorable para la región Zongo. A pesar de ello la Sub-Alcadía de Zongo (fundada el 13 noviembre del 2003) ha ido contribuyendo paulatinamente al desarrollo social a través de nuevas infraestructuras, reparación de caminos y otros proyectos de producción agrícola y ganadera.

En este marco, el Viceministerio de Turismo señala en: “Pocisionar la imagen turística del país con una promoción agresiva en el exterior en el marco de una permanente segmentación de la demanda buscando incremento de volúmenes, clientes con mayor nivel de gasto y un comportamiento responsable”.<sup>1</sup>

#### **1.4. DELIMITACIÓN TEMÁTICA**

##### **1.4.1. DELIMITACIÓN TEMPORAL**

La delimitación temporal del presente proyecto, se enmarca tomando en cuenta los últimos tres años del desarrollo turístico, considerando la importancia del mismo en nuestro país.

##### **1.4.2. DELIMITACIÓN ESPACIAL**

Se Ubica en el Departamento de La Paz provincia Murillo a la región de Zongo y al entorno debido a que los atractivos se encuentran en las proximidades de la misma .Éstos revisten de gran importancia para la planificación de actividades turísticas.

##### **1.4.3. DELIMITACIÓN DE CONTENIDO**

El estudio se enmarca en un plan de promoción estratégica de la actividad turística empleando diferentes componentes. El estudio enfoca aquellos aspectos que puedan promover los servicios, y programas turísticos de Zongo.

---

<sup>1</sup> Viceministerio de Turismo, La Paz Bolivia, 2000. Pág. 2.

## **1.5. JUSTIFICACIÓN**

El presente estudio está orientado a promocionar los atractivos turísticos de la región de Zongo de manera que se pueda difundir y posicionar esta región como un destino turístico en el mercado nacional e internacional.

Es evidente que en la región de Zongo existen potencialidades naturales que al no ser identificadas carecen de promoción turística, lo cual hace que el distrito quede al olvido y sin ningún desarrollo productivo dando paso al desaprovechamiento turístico por carecer conocimientos y estrategias por parte de las comunidades.

Por otro lado, el turismo se constituye en una alternativa de desarrollo económico; por lo cual este proyecto va a contribuir al proceso turístico de la región coadyuvando con la Subalcaldía de Zongo en tareas de investigación, dándole de esta manera la importancia que requiere esta actividad, ya que Zongo no es suficientemente conocido en el mercado de la oferta turística.

En cuanto al movimiento de visitantes a la región de Zongo es menor en comparación al nevado de Huayna Potosí, que se constituye en una oportunidad para presentar un proyecto de promoción.

## **1.6. OBJETIVOS**

### **1.6.1. OBJETIVO GENERAL**

- Desarrollar estrategias de promoción turística para promover a Zongo como destino turístico de importancia en la oferta del turismo nacional, departamental y receptivo.



### 1.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Incrementar la afluencia turística en la región de Zongo a través del manejo de las estrategias de promoción.
- Incentivar nuevas actividades económicas para la región a partir del desarrollo turístico de la región.
- Consolidar a Zongo dentro de los destinos turísticos del Departamento de La Paz.
- Determinar los medios de promoción turística en base a las posibilidades y necesidades.
- Elaborar nuevos paquetes turísticos de acuerdo a las características del área y a la exigencia de la demanda.

### 1.7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo Académico se basa en la aplicación de métodos fundamentales, los cuales nos ayudaron en el proceso de elaboración del Plan Estratégico para lograr el objetivo trazado.

#### 1.7.1. MÉTODO

El diseño metodológico que se adoptó para la elaboración del presente proyecto es el Método Deductivo, que sigue pasos sencillos y lógicos que permiten el descubrimiento de algo que hemos pasado por alto, además de medios e instrumentos para la investigación de campo con la finalidad de lograr los objetivos trazados.

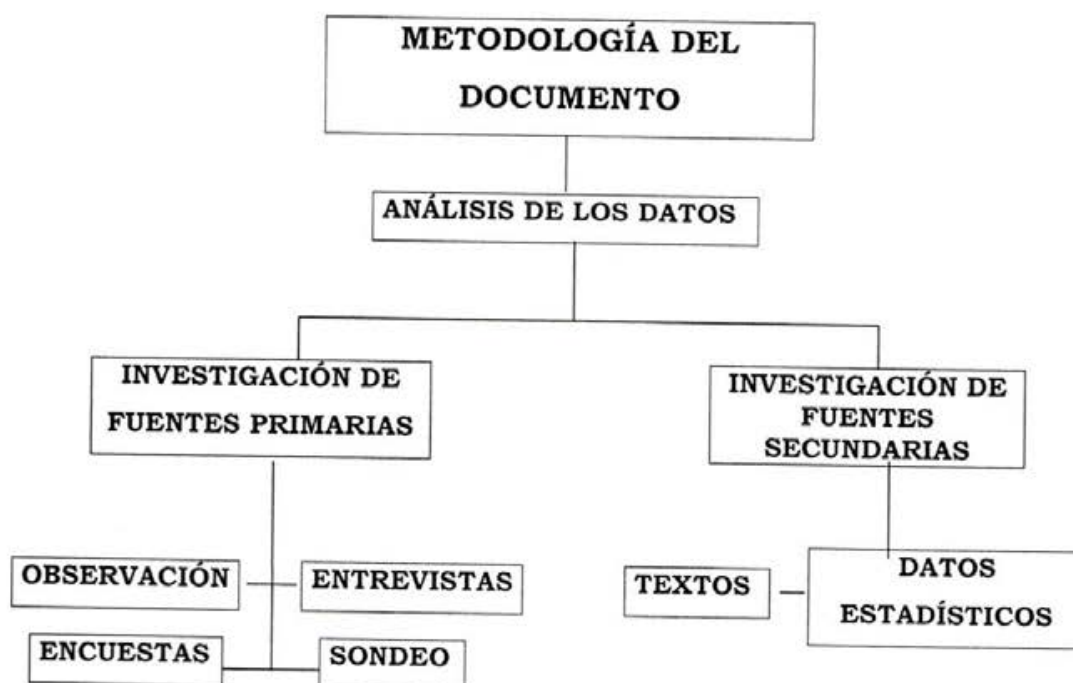
Entendemos por “**Método Deductivo**, al razonamiento mental que conduce de lo general a lo particular y permite extender los conocimientos que se

tienen sobre una clase determinada de fenómenos a otro cualquiera que pertenece a la misma clase”<sup>2</sup>

### 1.7.2. PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la realización del Plan se ha tomado en cuenta los siguientes pasos:  
La recolección de información textual y datos estadísticos (fuentes secundarias cuantitativas) se obtuvieron de las diversas instituciones relacionadas con la actividad turística.

Asimismo se recolectó información mediante la realización de encuestas, entrevistas y sondeo (fuentes primarias cualitativas) efectuada a las autoridades comunales y entidades privadas y públicas.



<sup>2</sup> RODRIGUEZ, Francisco. "Introducción a la Metodología de la Investigación Social". Ed. Política, La Habana, 1984, Pág. 36.

### 1.7.3. INSTRUMENTOS METODOLÓGICOS

La información que recabamos fue a través de 4 pilares que a continuación se detalla:

**El material bibliográfico:** El material para la temática abordada es prácticamente inexistente. Para temas en general se recurrió a distintas bibliotecas, el resto del material se obtuvo directamente de fuentes orales y documentales.

**Relevamiento Documental de fuentes institucionales:** La posibilidad de acceder a varias fuentes documentales existentes en la Sub. Alcaldía de Zongo y la revisión de proyectos similares coadyuvaron al proyecto.

**Registros orales:** Dirigido al Secretario General como representante de la “Central Agraria de Zongo” el cual nos dio a conocer las expectativas e impresiones de los comunarios con referencia al turismo.

Por otro lado se tuvo los registros “no oficiales” producto de las entrevistas espontáneas con los pobladores de las comunidades de Zongo, quienes nos dieron a conocer su punto de vista además de comentarnos sobre los diferentes hechos acontecidos en los últimos años con respecto a la actividad turística.

**Registro Fotográfico:** El registro fotográfico no solo es ilustrativo, sino que es documental. Muchas de las fotos expuestas son un tesoro que es un fiel testimonio de los recursos naturales y la belleza paisajística existente en la región de Zongo.



La información seleccionada fue procesada de acuerdo a las expectativas y requerimientos del proyecto de grado. De manera que se analiza las situaciones negativas y las situaciones positivas que contribuyen o desfavorecen al desarrollo turístico de Zongo.

#### **1.7.4.FUENTES DE INFORMACIÓN**

##### **a) Fuentes de información primaria**

Son aquellas fuentes que tienen la finalidad de servir como sustento a la investigación y comparar los datos obtenidos mediante el material bibliográfico.

Se emplearon tres tipos de técnicas de información.

##### **La entrevista**

Es una técnica que contribuye a recabar información de manera espontánea y directa.

“Por entrevista se entiende a la forma de comunicación mediante el intercambio de palabras en la cual una persona, el entrevistador trata de obtener información o la expresión de determinados conocimientos o valoraciones sobre un tema dado”.<sup>3</sup>

La entrevista que se ha realizado a las principales autoridades institucionales como también comunales, nos ayudo a conocer las perspectivas e inquietudes acerca de la actividad turística para la región de Zongo.

---

<sup>3</sup> Rodríguez, Francisco y otros s/a Introducción a la metodología de las investigaciones sociales, Pág. 120

### **La encuesta**

La recopilación de datos también se la obtuvo a través de un cuestionario previamente elaborado y estructurado, dirigido a entidades privadas (agencias de viajes) con preguntas abiertas y cerradas, para el conocimiento del perfil turístico además de la oferta turística a la región de Zongo.

“...el instrumento más utilizado para recolectar los datos es el cuestionario...consiste en un conjunto de preguntas respecto a uno o mas variables a medir”.<sup>4</sup>

### **Sondeo**

El sondeo se lo utiliza como una herramienta para la medición de actitudes y opiniones, acerca de un hecho o fenómeno coyuntural que se presente o se presentará.

Un sondeo de opinión es una medición estadística tomada a partir de encuestas destinadas a conocer la opinión pública. Estas mediciones se realizan por medio de muestreos que, usualmente, están diseñados para representar las opiniones de una población llevando a cabo una serie de preguntas.

El sondeo se llevó a cabo en la feria del Paseo del Prado organizada por la Alcaldía Municipal de La Paz, la misma que concentra gran cantidad de personas de las diferentes zonas.

---

<sup>4</sup> Hernandez, Sampieri Roberto “metodología de la investigación” pag. 276

### **Observación estructurada y participante**

Consistió en enfocar los resultados obtenidos mediante la encuesta y entrevista, para proceder a la selección de la información obtenida con el objetivo de sustentar el árbol de problemas.

### **b) Fuente de información secundaria**

Para dicho efecto se acudió a la biblioteca de la Carrera de Turismo, biblioteca central de la UMSA, la biblioteca del Viceministerio de Turismo, Dirección Nacional de Turismo, Prefectura del Departamento de La Paz con el fin de revisar y obtener toda la información pertinente a nuestro proyecto.

Revisamos diferentes textos, proyectos, atlas, planes de Desarrollo, revistas, periódicos, folletos y otros documentos relacionados con el tema de estudio.

### **1.7.5.DISEÑO METODOLÓGICO E INSTRUMENTAL**

En primer lugar desarrollamos una matriz en la cual fijamos nuestros objetivos a los cuales pretendemos alcanzar, los cuales son:

- ❖ Determinar mecanismos de promoción existentes para la región de Zongo, esto con el propósito de identificar el grado de eficiencia de aquellos mecanismos de promoción.
- ❖ Investigar que actividades turísticas pueden realizarse en la región de Zongo, en este sentido pretendemos establecer el porcentaje de turistas que practican cierto tipo de actividades turísticas.





- ❖ Investigar la demanda actual de visitantes a la región de Zongo, lo que se pretende es determinar el grado de satisfacción y de expectativas con relación a la oferta existente en Zongo por parte de los visitantes.
- ❖ Establecer la percepción de los comunarios respecto al turismo, uno de los principales puntos es conocer el grado de aceptación u oposición de la comunidad con respecto a la actividad turística además del involucramiento en la misma.

#### **1.7.6.FASE ANALÍTICA**

Toda la información fue analizada, procesada según los requerimientos del proyecto, para un análisis más exhaustivo se utilizaron la herramienta del árbol de problemas.

##### **1.7.6.1. ÁRBOL DE PROBLEMAS**

El árbol de problemas es una técnica que se emplea para identificar una situación negativa (problema central), la cual se intenta solucionar mediante la intervención del proyecto utilizando una relación de tipo causa-efecto.

El árbol de problemas debe formular el problema central de modo que sea lo suficientemente concreto para facilitar la búsqueda de soluciones, pero también lo suficientemente amplio que permita contar con una gama de alternativas de solución, en lugar de una solución única.



### **1.7.6.2. ÁRBOL DE OBJETIVOS**

En el árbol de objetivos se describe la situación futura que será alcanzada mediante la solución de los problemas asimismo, se identifican las posibles alternativas para el proyecto.

Como primer paso a desarrollarse es formular todas las condiciones negativas del árbol de problemas en forma de condiciones positivas, de la misma forma examinar las relaciones “medios -fines” establecidos para garantizar la validez e integridad del esquema, finalmente reformular aquellos objetivos que no son necesarios y añadir aquellos que son relevantes.

**ÁRBOL DE PROBLEMAS**

**“PLAN ESTRATÉGICO DE PROMOCIÓN PARA EL DESARROLLO  
TURÍSTICO DE LA REGIÓN DE ZONGO”**



**ÁRBOL DE OBJETIVOS**  
**“PLAN ESTRATÉGICO DE PROMOCIÓN PARA EL DESARROLLO**  
**TURÍSTICO DE LA REGIÓN DE ZONGO”**





### **1.7.3. SELECCIÓN DE LA MUESTRA**

Para determinar la muestra se ha utilizado el muestreo de tipo no probabilística, siendo que de esta manera se ha tomado en cuenta el total del Universo de 208 Agencias de Viajes de Turismo, la encuesta se realizó tanto en la principal zona turística de la ciudad de La Paz (Calle Sagárnaga) como también en las diferentes zonas donde se ubican algunas de las agencias de Turismo.



II  
CAPITULO

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

#### DIMENSIONES CONCEPTUALES

##### 2.1. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

En gran parte de las definiciones que los autores plantean en torno a la planificación se encuentran las siguientes características más o menos comunes:

- La planificación es una metodología para la toma de decisiones.
- La planificación intenta optimizar el logro de los objetivos.
- La planificación trata de hacer coherente los objetivos con la disponibilidad de recursos y necesidades.
- La planificación es reflexión del presente para convertirla en reflexión sobre el futuro.
- La planificación es un proceso social.
- La planificación es un esfuerzo deliberado de cambiar una situación que resulta insatisfactoria.
- La planificación intenta elegir racionalmente las alternativas que mejor se ajustan a los valores de quien las elige.

La planificación es un componente del proceso de gestión, entendiendo por gestión la conducción del funcionamiento y desarrollo de un sistema, sea este una organización o parte de ella y los procesos que involucra. De allí que la planificación tiene como finalidad facilitar el gobierno de las organizaciones estableciendo la direccionalidad que las mismas deben asumir en el futuro y encauzando el esfuerzo colectivo en la dirección trazada.



La planificación se convierte en un instrumento de gestión, de negociación de control organizacional. En ese sentido, el plan permite orientar la toma de decisiones, por cuanto contiene una serie de decisiones programadas a ejecutar en el futuro. Al plantearse los objetivos, la trayectoria a seguir producto de la búsqueda de consenso entre actores, el plan permite comunicar las expectativas y aspiraciones de grupos e individuos en la organización. Finalmente, el plan señala metas e indicadores que se convierten en referencias o Standard para el control de gestión<sup>5</sup>.

## 2.2. LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

En la actualidad, la planificación y gestión del espacio turístico constituye un requerimiento esencial para el desarrollo de la actividad turística puesto que garantiza, por una parte, la correcta integración del turismo en la economía, sociedad, cultura y medio ambiente locales, y, por otra, la adecuada satisfacción de la demanda turística, elemento indispensable para la viabilidad económica de los proyectos turísticos en un mercado turístico de competencia creciente.

La planificación y gestión de un área turística vela por un uso racional de los recursos naturales pero también, desde el punto de vista propositivo aporta las estrategias de actuación para poner en valor recursos turísticos de acuerdo con su potencialidad y establece las líneas maestras para la consecución de un desarrollo turístico sostenible<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> Arráez Freddy, *Programa Planificación Regional, Venezuela, 1995*

<sup>6</sup> Piter Valdez

### 2.3. TURISMO SOSTENIBLE

Al comienzo de los años setenta aparecen nuevas aproximaciones al tema turístico desde perspectivas críticas y medioambientales. Sin embargo, no es hasta principios de la década de los noventa cuando se plantea la sostenibilidad en el turismo. En efecto, el 41 Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST) celebrado en 1991 bajo el epígrafe de Turismo cualitativo se plantea la complejidad del estudio de la sostenibilidad del turismo, y en tal sentido el turismo sostenible fue descrito como un turismo que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos.

El turismo debe integrar las actividades económicas y recreativas con el objetivo de buscar la conservación de los valores naturales y culturales. Dentro del mismo año sería la Organización Mundial de Turismo (OMT) en el documento titulado *Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects* definió el concepto de 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".<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> TECNO CIENCIA Junio, 2003

Al año siguiente la OMT (1994) considera fundamentales para la implantación de la Agenda 21 en los centros turísticos los siguientes requisitos:

1. La minimización de los residuos.
2. Conservación y gestión de la energía.
3. Gestión del recurso agua.
4. Control de las sustancias peligrosas.
5. Transportes.
6. Planeamiento urbanístico y gestión del suelo.
7. Compromiso medioambiental de los políticos y de los ciudadanos.
8. Diseño de programas para la sostenibilidad.
9. Colaboración para el desarrollo turístico sostenible.

### **2.3.1. CONCEPTO, DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE**

El enfoque conceptual del desarrollo del turismo sostenible que ha adoptado la Unión Mundial para la Naturaleza incluye tres principios básicos:

- ♣ **1. Sostenibilidad ecológica:** El desarrollo deberá ser compatible con el mantenimiento de procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los recursos biológicos.
- ♣ **2. Sostenibilidad cultural:** El desarrollo deberá dar al hombre más control de su vida, ser compatible con la cultura y los valores de la población afectada y mantener y fortalecer la identidad de la comunidad.



- ▲ **3. Sostenibilidad económica:** El desarrollo deberá ser económicamente eficiente y los recursos deberán ordenarse de manera tal que sirvan también a las generaciones futuras<sup>8</sup>.

### **2.3.2. DEFINICIONES**

**Turismo sostenible**, la Organización Mundial del Turismo (OMT) lo define como aquel que: " toma en cuenta las necesidades de los turistas actuales y de las comunidades receptoras, mientras protege y promueve oportunidades para el futuro. Su propósito es liderar el manejo de todos los recursos de tal manera que las necesidades económicas, sociales y estéticas se puedan cumplir, mientras se mantiene la integridad cultural, los procesos esenciales ecológicos, la diversidad biológica y soporta los sistemas de vida."

**Turismo sustentable**, " Es la conservación de los recursos para que la generación presente y las futuras puedan disfrutar de ellas".<sup>9</sup>

La World Conservation Union (IUCN) lo define como " el proceso que permite el desarrollo sin degradar y agotar los recursos que hacen posible el mismo desarrollo".

Un artículo reciente titulado "Toward a Greener Globe", que se publicó en la revista Viewpoint mostrando una interesante explicación sobre la manera en que el turismo depende del entorno natural y cultural. El artículo sugiere que el desarrollo del turismo sostenible "... es moralmente correcto y es rentable..." para la industria turística mundial. En pocas

<sup>8</sup> Unión Mundial para la Naturaleza

<sup>9</sup> Organización Mundial del Turismo, 1998

palabras, el artículo sugiere que gran parte de la comunidad empresarial mundial está adoptando de manera creciente el concepto de desarrollo del turismo sostenible porque éste refleja el deseo de la sociedad de proteger y preservar el medio ambiente y las culturas para que las disfruten las generaciones futuras. Agrega que: "...nuestra supervivencia depende de un medio ambiente sano..."<sup>10</sup>

## **2.4. PROMOCIÓN TURÍSTICA**

La palabra promoción en inglés "PROMOTION", significa; fomento, impulso y comprende todas aquellas actividades encaminadas a estimular las ventas en cualquier forma que sea. "Es una actividad destinada a la información, persuasión y la influencia sobre el cliente en la cual se incluyen las actividades de publicidad, promoción de ventas, ventas personales y otros medios, entre los que se incluye también las relaciones públicas, cuando estas se encuentran integradas al proceso de marketing."<sup>11</sup>

Con respecto a Zongo, la falta de información y promoción turística hacen que muchos turistas no tomen en cuenta a un destino potencial como es la región de Zongo.

### **2.4.1. IMPORTANCIA DE LA PROMOCIÓN**

La promoción es el elemento que sirve para informar al mercado o persuadirlo respecto a sus productos y servicios. En nuestra definición, la promoción incluye la publicidad, la venta personal y cualquier otro apoyo de las ventas. En conjunto constituyen los factores básicos.

<sup>10</sup> World Travel and Tourism Council, Volumen 1, número 2, 1995

<sup>11</sup> Acerenza, Miguel Ángel, Promoción Turística un enfoque Metodológico" 6ª. Ed. México, Trillas, 1996  
Pág.52

En esencia, la promoción es un ejército de información, persuasión y comunicación. Estas tres actividades están relacionadas entre sí, pues informar es persuadir y a la inversa, una persona a quien se convence, está informada también. Y así la información y persuasión llega a ser eficaz mediante alguna forma de comunicación.

#### **2.4.2. MÉTODOS PROMOCIONALES**

- **Promoción de Ventas.** Tiene por objetivo reforzar y coordinar las ventas personales con los esfuerzos publicitarios. La promoción de ventas incluye actividades como colocar exhibidores en las tiendas, celebrar demostraciones comerciales y distribuir muestras, premios y cupones de descuentos.
- **Publicidad No Pagada.** Es una forma impersonal de estimular la demanda y que no pagan la persona u organizaciones que se benefician con ella. Por lo regular, este tipo de publicidad se realiza mediante una presentación en las noticias que favorecen un producto, servicio o empresa. La inserción se hace en la prensa, radio o televisión o en cualquier otro medio de comunicación masiva.
- **Relaciones Públicas.** Es un esfuerzo planificado por una organización para influir en la opinión y actitud de un grupo ante ella. El mercado al que se dirige el esfuerzo de las Relaciones Públicas puede ser cualquier "público", como clientes, una dependencia gubernamental o individuos que viven cerca de la organización.



## **2.5. MATERIAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA**

### **GUÍAS TURÍSTICAS**

Es el material más conocido, cumple la función de informar y divulgar los recursos turísticos de diferentes espacios. Se diferencia por ser de carácter territorial desde los países, regiones, comarcas, o itinerarios. Además contienen información relacionada a los atractivos turísticos, transporte, hospedaje, alimentación y entretenimiento.

#### **GUÍA TURÍSTICA BOLIVIA**, *Lonely Planet*.

Provee información primordial sobre atractivos turísticos, infraestructura turística y programas turísticos. La guía es publicada en diferentes idiomas como: inglés, francés, italiano, portugués, alemán, hebreo, y otros.

#### **GBT** (*Guía Boliviana de Turismo*)

Esta publicación es mensual, es un instrumento destinado al profesional específico, la información que tiene es de carácter fronterizo, de Itinerarios de Vuelos, Establecimientos de Hospedaje, Agencias de Viajes y Turismo, compañías de Transporte Terrestre y Ferrocarril.

#### **MANUAL**, (*de las Líneas Aéreas Nacionales*)

Instrumento de trabajo elaborado en forma escrita, que contiene una recopilación de información especializada, sistematizada y actualizada. En turismo se define como una edición con criterio catalográfico.

### **REVISTAS ESPECIALIZADAS**

Son una fuente de indudable valor para la geografía de turismo y hace referencia a regiones, comarcas, ciudades o rutas que aparecen de forma regular en formato de artículo.

El valor de la información ofrecida por este tipo de revistas está a medio camino entre la divulgación y la promoción. Su discurso es similar al ofrecido por los folletos turísticos, es decir, se plantean los valores más atractivos generalmente con un elevado prosaísmo (que no resulta atractivo, es rudo, vulgar). Se diferencian dos tipos de publicaciones:

- Tipo general: cuyos contenidos hacen referencia a ámbitos territoriales y al conjunto de los recursos que ofrece. Ej. : National Geographic.
- Tipo temático: cuyo contenido es especializado por el tratamiento de contenidos ligados a los deportes de aventura. Ej. : El turismo rural.

### **FOLLETO**

Un folleto es un pequeño documento diseñado para ser entregado a mano o por correo.

Es un sistema de publicidad directo e instrumento de información elaborado en forma escrita y complementada en forma gráfica. En turismo específicamente es un medio publicitario o de información turística, contiene texto e ilustraciones.

El folleto es un ejemplo de un documento de tamaño específico con el cual se trabaja. Instrumento promocional compuesto de varias páginas

generalmente impresos a color, que permiten presentar el producto o servicio con amplio detalle, tanto desde el punto de vista de la argumentación como de la ilustración.

Un folleto se clasifica de la siguiente forma:

- DÍPTICO

Impreso formado por una lámina de papel o cartulina que se dobla en dos partes. Constituye un elemento publicitario ideal para comunicar ideas sencillas sobre un producto, servicio, empresa, evento, etc.

- TRÍPTICO

Impreso formado por una lámina de papel o cartulina que se dobla en tres partes. Constituye un elemento publicitario ideal para comunicar ideas sencillas sobre un producto, servicio, empresa, evento, etc.

### **PROMOCIÓN INTERPERSONAL**

Es una técnica que consiste en pasar la información de manera verbal, por lo que tiene carácter general, informal, personal, que se puede dar a través de anuncios, medios de comunicación, o en Internet (foros) son especialmente recomendaciones y muy creíbles cuando proviene de personas conocidas.

Con estas acciones mencionadas se intenta captar o motivar al turista potencial, por esta razón se dice que la promoción más efectiva es la transmisión de opiniones y recomendaciones ya sea positiva o negativa que hacen los turistas una vez regresando a su país de origen, comentando de esta forma las experiencias vividas durante su estadía en países extranjeros.



## **INCENTIVOS DE VENTAS**

Son aquellos materiales que ayudan a realizar las ventas con mayor eficacia, entre ellas tenemos:

- Audiovisuales
- Fotografías y transparencias
- Material para exhibición
- Artículos para el obsequio

## **2.6. MARKETING**

### **2.6.1. ¿QUÉ ES MARKETING?**

Marketing es “la ejecución de actividades comerciales encaminados a transferir producto o servicios del fabricante al consumidor, de modo que satisfaga al consumidor, y cumpla con los objetivos de la empresa”<sup>12</sup>

El marketing, también llamado mercadeo, es el arte y el conocimiento de aprovechar bien las oportunidades de incrementar las ventas de la empresa.

Es una actitud empresarial que enseña a identificar, descubrir, conocer y dominar los productos y los servicios que satisfacen las necesidades de los clientes.

### **2.6.2. PROCESOS BÁSICOS DEL MARKETING**

El marketing comprende varios procesos básicos:

- Poner en contacto a vendedores y compradores.
- Oferta de producto y/o servicio donde escoger en medida suficiente para atraer interés y satisfacer las necesidades de los consumidores.

<sup>12</sup> Acerenza, Miguel Angel, “Promoción Turística un enfoque Metodológico” 6ª. Ed. México, Trillas, 1996



- Persuadir a los compradores en potencia para que adquieran favorables actitudes hacia determinados productos y/o servicios.
- Mantenimiento de un nivel de precios aceptables.
- Distribución de centros convenientemente localizados.
- Conseguir un nivel adecuado de ventas.
- Facilitar servicios adecuados.

## **2.6. CONCEPTO DE MERCADO**

“Es el punto de convergencia entre la demanda y la oferta y por lo tanto esta controlado por los componentes de estos dos conceptos.”<sup>13</sup>

Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tienen necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro.

“Los comerciantes pueden estar diseminados por toda la ciudad o una región, sin embargo constituir un mercado, si se hallan en estrecha comunicación los unos con los otros, gracias a ferias, reuniones, listas de precios, el correo, u otros medios”<sup>14</sup>.

En un sentido económico general, mercado es un grupo de compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para las transacciones.

<sup>13</sup> Saavedra, Córdenas Elizabeth, “Promoción Turística” Ed.EDOBOL, Pág. 10

<sup>14</sup> Stanley Jevons, “En el Estudio de las fluctuaciones periódicas Comercial”, 1862, *Informe del BAAS*

### **2.7.1. ORIGEN DE MERCADO**

Se remonta a la época en que el hombre primitivo llegó a darse cuenta que podía poseer cosas que él no producía, efectuando el cambio o trueque con otros pueblos o tribus.

El mercado existió en los pueblos y tribus más antiguos que poblaron la tierra y a medida que fue evolucionando, dicha organización desarrollo el comercio el instinto de conservación y subsistencia del hombre hace que procure satisfacer sus necesidades más elementales, luego las secundarias y posteriormente las sobrantes.

Es así como el desarrollo de los pueblos, obliga al incremento y expansión del mercado llegando en la actualidad a ser una actividad económica de suma importancia para el progreso de la humanidad así el mercado como la Industria ocupa un lugar cada vez más importante en la Sociedad moderna.

### **2.7.2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. Todos los mercados están compuestos de segmentos y éstos a su vez están formados usualmente por sub-segmentos.

### **2.7.3 SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA**

Requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como naciones, estados, condados, ciudades o barrios; se puede operar en una o dos áreas, o en todas.

#### **2.7.4. SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA**

Es la división en grupos basados en variables demográficas como la edad, el sexo, el tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingresos. Una de las razones por la que se utiliza este tipo de segmentación es que las necesidades y deseos están a menudo estrechamente relacionados con las variables demográficas.

#### **2.7.5. SEGMENTACIÓN PICTOGRÁFICA**

Aquí los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad.

#### **2.7.6. SEGMENTACIÓN POR CONDUCTA**

En esta segmentación los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus respuestas a un producto o servicio.

### **2.8. PRODUCTO Y/O SERVICIO TURÍSTICO**

El producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles.

**El producto turístico,** es la combinación de unos recursos y servicios turísticos determinados preparados para satisfacer las necesidades de clientes concretos por un precio.

**Servicio,** “Son los bienes y servicios producidos por las empresas e instalaciones turísticas que son consumidos y utilizados por los turistas”<sup>15</sup>

### **2.9. PRECIO**

Este precio consiste en la práctica de cobrar precios diferentes de acuerdo con la voluntad de pagar de los clientes, dependiendo de ciertas

---

<sup>15</sup> Idem al (9). Pág 20.



características del producto o servicio, por lo cual los precios se hacen flexibles.

## 2.10. PUBLICIDAD

La **publicidad** es una forma de comunicación impersonal de largo alcance porque utiliza medios masivos de comunicación, como la televisión, la radio, los medios impresos, el internet.

La **publicidad** es un componente de la mercadotecnia porque es uno de los elementos que conforma el mix de promoción los otros son: la venta personal, la promoción de ventas, las relaciones públicas y el telemarketing, y cuya importancia y prioridad dependen: de los productos, servicios, ideas u otros que promueven las empresas, organizaciones o personas, del mercado hacia los que van dirigidos y de los objetivos que se pretenden lograr.

La **publicidad** como *"cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado"*. *"La publicidad es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir"*.<sup>16</sup>

### 2.10.1 OBJETIVOS DE LA PUBLICIDAD

Los objetivos generales se clasifican en:

- ❖ **Informar:** Éste es un *objetivo* que se planea alcanzar en la etapa pionera de una categoría de productos, en la que el *objetivo* es crear demanda primaria.

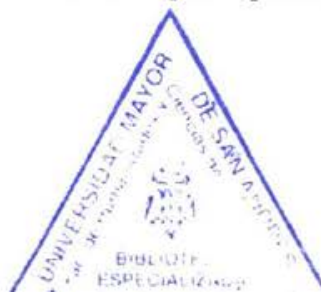
<sup>16</sup> Kotler y Armstrong, *"Fundamentos de Marketing"*



- ❖ **Persuadir:** Este *objetivo* se planifica en la etapa competitiva, en la que el objetivo es crear demanda selectiva por una marca específica.
- ❖ **Recordar:** Este *objetivo* es aplicable cuando se tienen productos maduros.

Los objetivos específicos según se clasifican en:

- **Respaldo a las ventas personales:** El *objetivo* es facilitar el trabajo de la fuerza de ventas dando a conocer a los clientes potenciales la compañía y los productos que presentan los vendedores.
- **Mejorar las relaciones con los distribuidores:** El *objetivo* es satisfacer a los canales mayoristas y/o minoristas al apoyarlos con la *publicidad*.
- **Introducir un producto nuevo:** El *objetivo* es informar a los consumidores acerca de los nuevos productos o de las extensiones de línea.
- **Expandir el uso de un producto:** El *objetivo* puede ser alguno de los siguientes: 1) extender la temporada de un producto, 2) aumentar la frecuencia de reemplazo o 3) incrementar la variedad de usos del producto.
- **Contrarrestar la sustitución:** El *objetivo* es reforzar las decisiones de los clientes actuales y reducir la probabilidad de que opten por otras marcas.



# CAPÍTULO III



## **CAPITULO III**

### **MARCO LEGAL DEL TURISMO**

Nuestro país cuenta con diversas disposiciones legales que coadyuvan a garantizar el aprovechamiento y fortalecimiento de los recursos naturales con respecto a la actividad turística.

#### **3.1. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO**

“En la nueva Constitución Política del Estado Bolivia se constituye en un Estado Unitario Social de Derecho Plurinacional Comunitario, libre, independiente, soberano, democrático, intercultural, descentralizado y con autonomías”.

El primer artículo se constituye en la base fundamental para desarrollar la actividad turística, en cuanto a la variedad de la oferta turística existente en nuestro país como destino turístico.

#### **3.2. LEY DE DESCENTRALIZACIÓN ADMINISTRATIVA**

Esta ley transfiere las atribuciones de carácter técnico administrativo del Gobierno a las prefecturas departamentales.

##### **3.2.1. ÁMBITO NACIONAL**

Tiene por objetivo promover, planificar, promocionar y fiscalizar los atractivos turísticos.

### **3.2.2. ÁMBITO DEPARTAMENTAL**

Esta entidad tiene por objetivo coordinar con el Vice-Turismo en planes y estrategias nacionales; organizar, participar, fomentar y apoyar la ejecución de programas además de apoyar a las municipalidades en la realización del POA.

### **3.2.3. ÁMBITO DE MUNICIPALIDADES**

Estas tienen la facultad de promover e incentivar la actividad turística además de planificar, gestionar de manera coordinada con instituciones públicas y privadas en el marco de las políticas Departamentales.

## **3.3. LEY DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN BOLIVIA, LEY Nro. 2074**

La Ley 2074 tiene como objetivo promover y regular la actividad turística en Bolivia, siendo que el turismo es una actividad económicamente estratégica para el desarrollo del país, donde la participación de sector privado es fundamental para contribuir al crecimiento económico así también la participación de las comunidades en las que se encuentran los atractivos turísticos. Además contribuir a la conservación y uso sostenible del patrimonio cultural y natural así mismo preservar la identidad cultural y los ecosistemas.



### **3.4. LEY DEL MEDIO AMBIENTE 1333**

Esta ley tiene como objetivo; proteger, conservar el medio ambiente y los recursos naturales, regulando las acciones del hombre con respecto a la naturaleza y promoviendo el desarrollo sostenible con el fin de mejorar la calidad de vida de la población.

Es una disposición legal que se relaciona con la actividad turística referente al recurso de promoción turística en las áreas protegidas de Bolivia.

### **3.5. INSTITUCIONES PÚBLICAS**

#### **VICEMINISTERIO DE TURISMO**

El Vice-ministerio de Turismo tiene la facultad de:

- a) Impulsar acciones en el exterior orientadas a la promoción del turismo receptivo.
- b) Proponer políticas para promover el turismo interno.
- c) Establecer y desarrollar un sistema de información sobre la oferta turística nacional.
- d) Apoyar a las prefecturas y municipios en la gestión y promoción de sus áreas y proyectos de turismo.
- e) Formular, mantener y actualizar el catálogo turístico nacional.
- f) Proponer política y programas de capacitación en turismo, coordinando su ejecución con las prefecturas de departamento y municipios.
- g) Promover en coordinación con el Viceministro de cultura, la conservación o restauración de monumentos, inmuebles u otros bienes

que se consideren de interés histórico y cultural, así como promover el desarrollo de regiones con potencial turístico o ecológico.”<sup>17</sup>

### **3.6. INSTITUCIONES PRIVADAS**

#### **AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO**

Según el Reglamento de Empresas de Viajes y Turismo, en el Artículo 4º señala:

Son Agencias de Viajes y Turismo las empresas dedicadas comercialmente, en forma profesional y exclusiva, a las actividades de mediación de servicios turísticos nacionales e internacionales, a la reserva y venta de Boletos y pasajes en cualquier medio de transporte, la recepción y el traslado de turistas, la reservación y contratación de hospedaje, elaboración, organización, promoción, venta y ejecución de programas y demás servicios turísticos nacionales e internacionales propios o provistos para agencias mayoristas, pudiendo representar servicios turísticos nacionales o extranjeros e intermediar la prestación de otras actividades relacionadas al turismo.

<sup>17</sup> TELLEZ, José Rodolfo. “Legislación Turística de Bolivia”. Ed. Acuarela, LTDA, La Paz-Bolivia, 1998. Pág. 208

# CAPÍTULO IV



## CAPITULO IV

### CARACTERIZACIÓN DE LA REGIÓN DE ZONGO

#### 4.1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO

##### 4.1.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

El valle de Zongo se encuentra al noreste de la ciudad de La Paz, su posición geográfica hace referencia a las coordenadas de latitud Sur  $15^{\circ} 44' - 16^{\circ} 18'$  y latitud oeste  $67^{\circ} 41' - 68^{\circ} 15'$ .

##### 4.1.2. LÍMITES TERRITORIALES

El distrito 23 de Zongo limita al Norte con la provincia Larecaja, al Este con la provincia Nor y Sud Yungas, al Sur con la Provincia Aroma y al Oeste con la provincia los Andes.

#### 4.2. ASPECTOS FISIAGRÁFICOS

##### 4.2.1. ALTURA

El distrito 23 de Zongo se encuentra a una altura que oscila entre los 4264 m.s.n.m. a 4000 m.s.n.m. llegando hasta la comunidad de Huaji con una altura de 941 m.s.n.m. Destacándose de esta manera la exuberante belleza paisajística de los diferentes pisos ecológicos con los que cuenta la región.

##### 4.2.2. RELIEVE

Geológicamente la región de Zongo es considerado un valle nuevo y profundo con dos zonas bien marcadas, como el valle alto o sub región de la puna y el valle bajo o sub región de los yungas, las cuales a su vez se dividen en cuatro pisos ecológicos:



- pradera alto Andina
- Páramo Yungueño
- Ceja de Monte Yungueño
- Bosque Húmedo Tropical

### **4.3. ASPECTOS DEL ECOSISTEMA**

#### **4.3.1. CLIMA**

El distrito 23 de Zongo se caracteriza por poseer todos los climas, empezando con el clima frígido del altiplano con una temperatura variante bajo cero, templado de los valles con una temperatura que promedia entre los 15° a 18° y el clima cálido del trópico llegando a los 25°.

La zona presenta un clima favorable y diversificado para el desarrollo de cultivos y la crianza de animales.

En cuanto a la época de lluvias se presenta a partir del mes de diciembre hasta el mes de marzo, la temporada recomendable para visitar el lugar esta entre los meses de abril a octubre.

#### **4.3.2. FAUNA**

La región de Zongo cuenta con una variedad de especies detalladas a continuación:

## MAMÍFEROS

CUADRO N° 1

ORDEN	FAMILIA	NOMBRE COMÚN
CUNICULIDAE	RODENTIA	Jochi pintado
ARTIODACTYLA	CAMELIDAE	Vicuña
ARTIODACTYLA	CAMELIDAE	Llamas
CARNIVORA	CANIDAE	Zorro andino
ARTIODACTYLA	CERVIDAE	ciervo
ARTIODACTYLA	DICOTYLIDAE	Jabalí
ARTODACTYLA	ARTIODACTYLA	Venado
	CHIN CHILLIDAE	Viscacha
CEBIDAE	PRIMATES	Marimono
CROCODYLIA	ALLIGATORIDAE	Lagarto
CARNIVORA	URSIDAE	Jucumari / Oso Andino
CEBIDAE	PRIMATES	Mono Salvador
CARNIVORA	FELIDAE	Tigrecillo

FUENTE: Libro Rojo de Vertebrados de Bolivia (1996).

## AVES

CUADRO N° 2

FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
ACCIPITRIDAE	Buteo poecilobrous	águila
CATHARTIDAL	Vultur gryphus	cóndor
ANATIDAE	Anas flavirostris	pato
LARIDAE	Larus serranus	gaviota andina
TINAMIDAE	Nothoprocta ornata	perdiz
COLUMBIDAE	Geotrygon frenata	Paloma montera grande
	Cyaholicu Vindiciana	Tucán Verde

FUENTE: Lista de Aves de Bolivia, Armonía

### 4.3.3. FLORA

En cuanto a la flora se tiene el siguiente cuadro.

**CUADRO N° 3**

<b>FAMILIA</b>	<b>ESPECIE</b>	<b>NOMBRE</b>
GRAMINEAE	Stipa spp.	Ichu, paja
COMPOSITAE	Baccharis pentlandii	Thola
ROSACEAE	Polylepis besseri	Keñiwa
CAPRIFOLIACEAE	Sambucus peruviana	Sauco
POLYPODIACEAE	Polypodium	Helechos

Fuente: Pillen y Forno Baudoin, Fauna, (1991).

Además existen frutos como la palta, plátano, mango, cacao, café y la coca.

### 4.3.4. HIDROGRAFÍA

El Río de Zongo tiene su origen en los nevados de Huayna Potosí y Chacaltaya, la misma que tiene una longitud de 80 km. Tiene como afluente el Río Coroico a la altura de Guanay, como también forma parte de la cuenca andina del Río Beni.

La cuenca de Zongo esta alimentada por las aguas de Sainani, Coscapa. La presencia de las cascadas y abundante vegetación convierte en una zona potencial para el desarrollo turístico.

#### 4.4. ASPECTOS SOCIO CULTURALES

##### 4.4.1. POBLACIÓN

Según estos datos, el distrito 23 de Zongo cuenta con 2.217 habitantes aproximadamente los cuales están distribuidos en 34 comunidades, con 228 familias.

**CUADRO N° 4**

**POBLACIÓN POR COMUNIDAD Y FAMILIAS AÑO 2007**

N°	COMUNIDAD	N° DE FAMILIA	N° DE HABITANTES
<b>QUEBRADA ALTA</b>			
1	BOTIJLACA	7	28
2	TIQUIMANI	2	8
3	LLAULLINI	36	108
4	CAÑAVIRI	47	118
5	CUTICUCHO	12	61
6	COSCAPA	52	159
7	QUIMSA MUJITANI	3	12
<b>TOTAL PARCIAL</b>			<b>494</b>
<b>QUEBRADA BAJA</b>			
1	CHIRIMOYANI	9	36
2	CAMSIQUE	3	12
3	PUEBLO DE ZONGO	5	20
4	VILLA ESPERANZA	15	60
5	ISLANI BAJO	22	90
6	CAHUA	20	60
7	JACHA LOMA	5	20
8	HUAYLIPAYA	30	120
9	HUAJI	24	72



10	CHIVIRAQUE	1	4
11	SUSUPI	11	15
12	APANA	5	20
<b>TOTAL PARCIAL</b>			<b>231</b>
<b>CHUCURA</b>			
1	ALTO CHUCURA	52	156
2	BAJO CHUCURA	35	105
3	CENTRO ILLAMPU	38	118
4	CHORO TIQUIMANI	22	66
5	CENTRO TIQUIMANI	23	69
<b>TOTAL PARCIAL</b>			<b>510</b>
<b>ZONGO CHORO</b>			
1	SAN JORGE 1ro	18	54
2	COBIJA	11	33
3	ZONGO TROPICAL	12	36
4	MONTE VERDE	13	39
5	SAN JORGE 2do	24	72
6	SANTA ROSA	56	168
7	INGAVI	25	75
8	ESPERANZA 1ro	30	90
9	ESPERANZA 2do	20	60
10	KANTATAWI	19	57
<b>TOTAL PARCIAL</b>			<b>684</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>228</b>	<b>2217</b>

Fuente: Gobierno Municipal de La Paz, 2007

#### 4.4.2. EDUCACIÓN

En la actualidad se ha dado muchos progresos favorables para las diferentes comunidades, con respecto a la educación, de las 10 unidades educativas existentes 8 fueron refaccionadas y mejoradas con la dotación de mobiliario, refrigeradores, insumos y material de escritorio.

CUADRO N° 5

N°	UNIDADES EDUCATIVAS INTERVENIDAS
1	Unidad Educativa de Llaullini
2	Unidad Educativa de Cañaviri
3	Unidad Educativa de Villa Harca
4	Unidad Educativa de Cahua
5	Unidad Educativa de Huaylipaya
6	Unidad Educativa de Huaji
7	Unidad Educativa de Chucura
8	Unidad Educativa de Zongo Choro

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.4.3 SALUD

La información recabada muestra como principal demanda en cuanto a sus necesidades, la construcción de una Posta de Salud en la comunidad donde las condiciones precarias tanto del clima frío, formas de vida y el medio ambiente influyen en el origen de las enfermedades, ya que no cuentan con la intervención médica, teniendo como único recurso curativo a la Medicina Natural (yerbas plantas medicinales).

Las enfermedades que suelen darse en esta comunidad son:

- Reumatismo:

Síntomas de dolor de huesos, hipersensibilidad de las articulaciones y de los músculos.

- Presión alta

Es una enfermedad que se da en estas regiones donde el clima influye de gran manera. Ello produce constantes dolores de cabeza y aumento de la circulación sanguínea.

- Resfrío

Considerando una enfermedad típica de estas regiones, los que frecuentemente adolecen son los niños, en consecuencia se van produciendo la tos y la gripe.

- Alimentación

Sumando a lo mencionado; el hábito, tipo y formas de alimentación son factores que también influyen en la salud de las personas, las comunidades de acuerdo a su producción consumen productos lácteos como la leche natural y el queso que ellos mismos elaboran o intercambian por otros productos, estos ayudan a fortificar los huesos siempre y cuando se la consume desde la niñez, lo cual no sucede actualmente en las comunidades a falta de vitaminas nutritivas suficientes para la solidez de los huesos que permitan fortalecer la estructura orgánica del cuerpo.

Su alimentación también está basada en productos secos (papa, chuño, oca, charque y tunta) que no son balanceados con otros alimentos como las frutas y líquidos.



#### **4.4.4. IDIOMA**

Los habitantes tienen como lengua materna al aymará seguido del castellano, la gran mayoría de los pobladores dominan ambas lenguas esto debido a que su permanencia en la comunidad es espontánea y la migración a las ciudades obligó a muchos de ellos aprender el castellano para conseguir mejores oportunidades en cuanto a su economía.

#### **4.4.5. RELIGIÓN**

En la región de Zongo se profesa la religión católica seguida por sus fieles desde la época colonial; pero además se puede apreciar que la iglesia evangélica es la segunda religión de suma importancia que adquirió mucho más fuerza en los últimos tiempos.

### **4.5. ASPECTOS SOCIO ECONÓMICOS**

#### **4.5.1. PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS**

##### **EL CULTIVO DE LA COCA**

El Valle de Zongo era importante económicamente en el incario debido a la producción y comercialización de la hoja de coca, con el objetivo de abastecer a los trabajadores de diferentes centros mineros, esta hoja se ha considerado dulce y agradable.

Con la llegada de los españoles y su constatación de la importancia económica de la coca en la población nativa, pasaron rápidamente a controlar y comercializar la producción cocalera, a través del sistema de encomiendas. Las crónicas de las visitas evidencian que todas las poblaciones, tanto de la parte alta como la parte baja del valle de Zongo estaban dedicadas al cultivo de la hoja de coca. Como ejemplo, el pueblo de Cañaviri que se encuentra por arriba de los 2500 m.s.n.m., es la que más chacras de coca tenía. Dichas chacras se encontraban en la parte



baja del valle hasta 60 km. de distancia del pueblo mismo de Cañaviri. Entre 1568 y 1570 había en ese pueblo 40 familias dedicadas al cultivo de la coca y poseían 80 chacras además de otros cultivos como el de maíz.

Debido a las excesivas tasas en coca impuestas por el encomendero, los caciques del Valle de Zongo decidieron crear chacras comunitarias destinadas para el pago de la misma. Desde 1570 el Cacique principal que vivía en el pueblo de Zongo era el encargado de juntar el tributo y llevarlo al lugar indicado, poco después los españoles invadieron los valles para comercializar productos como charque, vinos y chuño a precios de trueque muy excesivos, lo que hizo endeudar y empobrecer vertiginosamente a los pobladores.

#### **4.5.2. PLANTA DE ENERGÍA ELÉCTRICA**

Hoy en día el valle es más conocido por la generación de Energía Eléctrica con plantas hidroeléctricas que comenzaron a ser establecidas desde 1930. Actualmente el sistema hidroeléctrico del Valle de Zongo perteneciente a la Compañía Boliviana de Energía Eléctrica (COBEE) está conformado por 9 plantas en operación.

#### **EQUIPAMIENTO**

- En el distrito de Zongo no existen hospitales, actualmente solo se cuenta con algunas postas que funcionan temporalmente. Cuando se trata de alguna emergencia la empresa COBEE auxilia con una ambulancia para trasladar al enfermo a la ciudad de La Paz.

- Muchos de los parques o sitios recreativos son propiedad de la empresa COBEE, existen algunos parques para los adolescentes los cuales están siendo restaurados y creados por la Sub Alcaldía de Zongo, como parte de la solicitud de los pobladores.
- Existen centros deportivos en las diferentes comunidades, la primera se encuentra en la comunidad de Botijlaca donde se realiza campeonatos en Corpus Cristo a la cual asisten muchos aficionados.

#### **4.5.3. TRANSPORTE Y ACCESO**

##### **Carretera:**

Al descender a la región de Zongo el camino es un tanto dificultoso, la carretera es ripiada y con muchas curvas, también existen lugares de precaución en el cual los conductores deben tener mucho cuidado sobre todo en algunas épocas del año ya que el camino se ve afectada por el deslizamiento de algunas rocas y el crecimiento del río Zongo.

Es importante destacar el trabajo que realiza la empresa COBEE al mantener en buen estado la carretera de Zongo. Este camino nos conduce hasta la comunidad de Huaji donde se encuentra la última planta de COBEE y a partir de este lugar hacia el norte de Zongo no existe camino que nos conduzca a las otras comunidades y a sus diferentes atractivos que fueren ya mencionados.

Los pobladores que viven en estas comunidades al querer desplazarse lo hacen a través de un sendero que fue creado antiguamente, esto les lleva aproximadamente tres días de caminata hasta llegar a su destino.

Es importante también mencionar que existe otra alternativa para ingresar al norte de Zongo y es por la carretera hacia los yungas una vez llegado a Caranavi se realiza un transbordo por el río Bronsini y de esta manera se puede ingresar a las comunidades del norte.

Es por esta razón que creemos que este es un problema al cual se le debe dar una solución inmediata por las autoridades correspondientes ya que a falta de caminos es difícil incentivar al turista a que visite estos lugares.

#### CUADRO N° 6

##### RECORRIDO DESDE LA PAZ

DISTANCIAS		
LOCALIDAD	Km. Parcial	Km. Total*
LP-Cruce Chacaltaya	37	37
Chacaltaya -Milluni	13	50
Plataforma-Planta Zongo	11	61
Planta Zongo- Botijlaca	10	71
Botijlaca - Planta Santa Rosa	11	82
Planta Santa Rosa - Harca	13	95
Planta Harca - Planca Cahua	7	102

\* datos aproximados

Fuente: COBEE

#### 4.5.4. COMUNICACIÓN

La forma de comunicarse al interior de las comunidades es por medio de las Plantas de COBEE lo cual no favorece a la comunidad porque solo es para los trabajadores de la misma, Botijlaca es la que posee la cabina de Entel para dicha comunicación.



#### **4.5.5. SERVICIOS BÁSICOS**

##### **Agua:**

Las comunidades poseen redes locales de agua pero carecen de sistema de alcantarillado.

##### **Electricidad:**

Existe energía eléctrica en todas las comunidades esto por la existencia de la empresa de COBEE que provee de energía por utilizar las fuentes primarias del Río Zongo.

#### **4.6. ASPECTOS ORGANIZATIVOS INSTITUCIONALES**

La comunidad cuenta con una forma de organización sobre la base del sindicato el cual está conformado de la siguiente manera:

- Secretario General.- Al que la comunidad reconoce como su máxima autoridad.
- Secretario de relaciones.- Quien sustituye en algunas ocasiones al secretario general.
- Secretario de conflictos.- Cuyo papel fundamental es mediar entre la parte y la contra parte.
- Secretario de actas.- Se encarga de tomar nota y registrar todos los aspectos internos de la comunidad.

Esta directiva se organiza mediante reuniones que se llevan a cabo cada mes o en ocasiones de mayor urgencia, la comunidad acostumbra ha esperar e iniciar su reunión con la presencia de su máxima autoridad de lo contrario es suspendido.

El resto de la directiva está distribuida entre varones y mujeres quienes participan en igualdad de condiciones y oportunidades. La población debe



realizar el seguimiento y control de la planificación y ejecución de obras, tanto proyectos y prestaciones de servicios, con una relación de dirigentes y base en general que les favorece para poder intercambiar una buena comunicación, ideas, informes y toma de decisiones.

La función principal de la Central Agraria se basa en atender las demandas e intereses de las diferentes comunidades de Zongo.

Existen 3 sub centrales:

Primero Sub Central Agraria Chucura Alto

Segunda Sub Central Quebrada Alto

Tercera Sub Central Quebrado Bajo

Asimismo la Sub Alcaldía del Distrito 23 de Zongo esta organizada de la siguiente forma:

Lic. Francisco Cordero  
**Subalcalde**

Lic. Herlinda Quispe  
**Secretaria general**

Celso William Rodriguez Paz  
**Jefe de planificación**

Claudia Ximena Alcazar Antezana  
**Jefe de Administración  
Territorial**

Carlos Alberto Lopez Gonzales  
**Responsable Administrativo y  
Financiero**

Karina Laura Rodriguez Chura  
**Jefe unidad desarrollo Rural y  
productivo**

Valentina Ana Apaza Cama  
**Jefe desarrollo humano**

Jenny Ninoska Bellot Frontalilla  
**Asesora legal**

## CAPITULO IV

### CARACTERIZACIÓN DE LA REGIÓN DE ZONGO

#### 4.1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO

##### 4.1.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

El valle de Zongo se encuentra al noreste de la ciudad de La Paz, su posición geográfica hace referencia a las coordenadas de latitud Sur  $15^{\circ} 44' - 16^{\circ} 18'$  y latitud oeste  $67^{\circ} 41' - 68^{\circ} 15'$ .

##### 4.1.2. LÍMITES TERRITORIALES

El distrito 23 de Zongo limita al Norte con la provincia Larecaja, al Este con la provincia Nor y Sud Yungas, al Sur con la Provincia Aroma y al Oeste con la provincia los Andes.

#### 4.2. ASPECTOS FISIAGRÁFICOS

##### 4.2.1. ALTURA

El distrito 23 de Zongo se encuentra a una altura que oscila entre los 4264 m.s.n.m. a 4000 m.s.n.m. llegando hasta la comunidad de Huaji con una altura de 941 m.s.n.m. Destacándose de esta manera la exuberante belleza paisajística de los diferentes pisos ecológicos con los que cuenta la región.

##### 4.2.2. RELIEVE

Geológicamente la región de Zongo es considerado un valle nuevo y profundo con dos zonas bien marcadas, como el valle alto o sub región de la puna y el valle bajo o sub región de los yungas, las cuales a su vez se dividen en cuatro pisos ecológicos:

- pradera alto Andina
- Páramo Yungueño
- Ceja de Monte Yungueño
- Bosque Húmedo Tropical

### **4.3. ASPECTOS DEL ECOSISTEMA**

#### **4.3.1. CLIMA**

El distrito 23 de Zongo se caracteriza por poseer todos los climas, empezando con el clima frígido del altiplano con una temperatura variante bajo cero, templado de los valles con una temperatura que promedia entre los 15° a 18° y el clima cálido del trópico llegando a los 25°.

La zona presenta un clima favorable y diversificado para el desarrollo de cultivos y la crianza de animales.

En cuanto a la época de lluvias se presenta a partir del mes de diciembre hasta el mes de marzo, la temporada recomendable para visitar el lugar esta entre los meses de abril a octubre.

#### **4.3.2. FAUNA**

La región de Zongo cuenta con una variedad de especies detalladas a continuación:

## MAMÍFEROS

CUADRO N° 1

ORDEN	FAMILIA	NOMBRE COMÚN
CUNICULIDAE	RODENTIA	Jochi pintado
ARTIODACTYLA	CAMELIDAE	Vicuña
ARTIODACTYLA	CAMELIDAE	Llamas
CARNIVORA	CANIDAE	Zorro andino
ARTIODACTYLA	CERVIDAE	ciervo
ARTIODACTYLA	DICOTYLIDAE	Jabalí
ARTODACTYLA	ARTIODACTYLA	Venado
	CHIN CHILLIDAE	Viscacha
CEBIDAE	PRIMATES	Marimono
CROCODYLIA	ALLIGATORIDAE	Lagarto
CARNIVORA	URSIDAE	Jucumari / Oso Andino
CEBIDAE	PRIMATES	Mono Silvadór
CARNIVORA	FELIDAE	Tigrecillo

FUENTE: Libro Rojo de Vertebrados de Bolivia (1996).

## AVES

CUADRO N° 2

FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
ACCIPITRIDAE	Buteo poecilobrous	águila
CATHARTIDAL	Vultur gryphus	cóndor
ANATIDAE	Anas flavirostris	pato
LARIDAE	Larus serranus	gaviota andina
TINAMIDAE	Nothoprocta ornata	perdiz
COLUMBIDAE	Geotrygon frenata	Paloma montera grande
	Cyaholicu Vindiciana	Tucán Verde

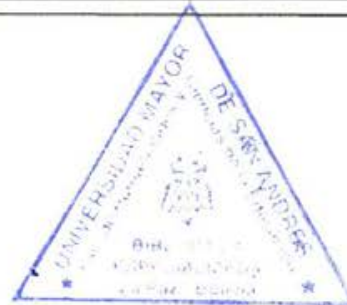
FUENTE: Lista de Aves de Bolivia, Armonía



### 4.3.3. FLORA

En cuanto a la flora se tiene el siguiente cuadro.

**CUADRO N° 3**



FAMILIA	ESPECIE	NOMBRE
GRAMINEAE	Stipa spp.	Ichu, paja
COMPOSITAE	Baccharis pentlandii	Thola
ROSACEAE	Polylepis besseri	Keñiwa
CAPRIFOLIACEAE	Sambucus peruviana	Sauco
POLYPODIACEAE	Polypodium	Helechos

Fuente: Pillen y Forno Baudoin, Fauna, (1991).

Además existen frutos como la palta, plátano, mango, cacao, café y la coca.

### 4.3.4. HIDROGRAFÍA

El Río de Zongo tiene su origen en los nevados de Huayna Potosí y Chacaltaya, la misma que tiene una longitud de 80 km. Tiene como afluente el Río Coroico a la altura de Guanay, como también forma parte de la cuenca andina del Río Beni.

La cuenca de Zongo esta alimentada por las aguas de Sainani, Coscapa. La presencia de las cascadas y abundante vegetación convierte en una zona potencial para el desarrollo turístico.

#### 4.4. ASPECTOS SOCIO CULTURALES

##### 4.4.1. POBLACIÓN

Según estos datos, el distrito 23 de Zongo cuenta con 2.217 habitantes aproximadamente los cuales están distribuidos en 34 comunidades, con 228 familias.

**CUADRO N° 4**

**POBLACIÓN POR COMUNIDAD Y FAMILIAS AÑO 2007**

N°	COMUNIDAD	N° DE FAMILIA	N° DE HABITANTES
<b>QUEBRADA ALTA</b>			
1	BOTIJLACA	7	28
2	TIQUIMANI	2	8
3	LLAULLINI	36	108
4	CAÑAVIRI	47	118
5	CUTICUCHO	12	61
6	COSCAPA	52	159
7	QUIMSA MUJITANI	3	12
<b>TOTAL PARCIAL</b>			<b>494</b>
<b>QUEBRADA BAJA</b>			
1	CHIRIMOYANI	9	36
2	CAMSIQUE	3	12
3	PUEBLO DE ZONGO	5	20
4	VILLA ESPERANZA	15	60
5	ISLANI BAJO	22	90
6	CAHUA	20	60
7	JACHA LOMA	5	20
8	HUAYLIPAYA	30	120
9	HUAJI	24	72

10	CHIVIRAQUE	1	4
11	SUSUPI	11	15
12	APANA	5	20
<b>TOTAL PARCIAL</b>			<b>231</b>
<b>CHUCURA</b>			
1	ALTO CHUCURA	52	156
2	BAJO CHUCURA	35	105
3	CENTRO ILLAMPU	38	118
4	CHORO TIQUIMANI	22	66
5	CENTRO TIQUIMANI	23	69
<b>TOTAL PARCIAL</b>			<b>510</b>
<b>ZONGO CHORO</b>			
1	SAN JORGE 1ro	18	54
2	COBIJA	11	33
3	ZONGO TROPICAL	12	36
4	MONTE VERDE	13	39
5	SAN JORGE 2do	24	72
6	SANTA ROSA	56	168
7	INGAVI	25	75
8	ESPERANZA 1ro	30	90
9	ESPERANZA 2do	20	60
10	KANTATAWI	19	57
<b>TOTAL PARCIAL</b>			<b>684</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>228</b>	<b>2217</b>

Fuente: Gobierno Municipal de La Paz, 2007

#### 4.4.2. EDUCACIÓN

En la actualidad se ha dado muchos progresos favorables para las diferentes comunidades, con respecto a la educación, de las 10 unidades educativas existentes 8 fueron refaccionadas y mejoradas con la dotación de mobiliario, refrigeradores, insumos y material de escritorio.

CUADRO N° 5

N°	UNIDADES EDUCATIVAS INTERVENIDAS
1	Unidad Educativa de Llaullini
2	Unidad Educativa de Cañaviri
3	Unidad Educativa de Villa Harca
4	Unidad Educativa de Cahua
5	Unidad Educativa de Huaylipaya
6	Unidad Educativa de Huaji
7	Unidad Educativa de Chucura
8	Unidad Educativa de Zongo Choro

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.4.3 SALUD

La información recabada muestra como principal demanda en cuanto a sus necesidades, la construcción de una Posta de Salud en la comunidad donde las condiciones precarias tanto del clima frío, formas de vida y el medio ambiente influyen en el origen de las enfermedades, ya que no cuentan con la intervención médica, teniendo como único recurso curativo a la Medicina Natural (yerbas plantas medicinales).



Las enfermedades que suelen darse en esta comunidad son:

- Reumatismo:

Síntomas de dolor de huesos, hipersensibilidad de las articulaciones y de los músculos.

- Presión alta

Es una enfermedad que se da en estas regiones donde el clima influye de gran manera. Ello produce constantes dolores de cabeza y aumento de la circulación sanguínea.

- Resfrío

Considerando una enfermedad típica de estas regiones, los que frecuentemente adolecen son los niños, en consecuencia se van produciendo la tos y la gripe.

- Alimentación

Sumando a lo mencionado; el hábito, tipo y formas de alimentación son factores que también influyen en la salud de las personas, las comunidades de acuerdo a su producción consumen productos lácteos como la leche natural y el queso que ellos mismos elaboran o intercambian por otros productos, estos ayudan a fortificar los huesos siempre y cuando se la consume desde la niñez, lo cual no sucede actualmente en las comunidades a falta de vitaminas nutritivas suficientes para la solidez de los huesos que permitan fortalecer la estructura orgánica del cuerpo.

Su alimentación también está basada en productos secos (papa, chuño, oca, charque y tunta) que no son balanceados con otros alimentos como las frutas y líquidos.

#### **4.4.4. IDIOMA**

Los habitantes tienen como lengua materna al aymará seguido del castellano, la gran mayoría de los pobladores dominan ambas lenguas esto debido a que su permanencia en la comunidad es espontánea y la migración a las ciudades obligó a muchos de ellos aprender el castellano para conseguir mejores oportunidades en cuanto a su economía.

#### **4.4.5. RELIGIÓN**

En la región de Zongo se profesa la religión católica seguida por sus fieles desde la época colonial; pero además se puede apreciar que la iglesia evangélica es la segunda religión de suma importancia que adquirió mucho más fuerza en los últimos tiempos.

### **4.5. ASPECTOS SOCIO ECONÓMICOS**

#### **4.5.1. PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS**

##### **EL CULTIVO DE LA COCA**

El Valle de Zongo era importante económicamente en el incario debido a la producción y comercialización de la hoja de coca, con el objetivo de abastecer a los trabajadores de diferentes centros mineros, esta hoja se ha considerado dulce y agradable.

Con la llegada de los españoles y su constatación de la importancia económica de la coca en la población nativa, pasaron rápidamente a controlar y comercializar la producción cocalera, a través del sistema de encomiendas. Las crónicas de las visitas evidencian que todas las poblaciones, tanto de la parte alta como la parte baja del valle de Zongo estaban dedicadas al cultivo de la hoja de coca. Como ejemplo, el pueblo de Cañaviri que se encuentra por arriba de los 2500 m.s.n.m., es la que más chacras de coca tenía. Dichas chacras se encontraban en la parte

baja del valle hasta 60 km. de distancia del pueblo mismo de Cañaviri. Entre 1568 y 1570 había en ese pueblo 40 familias dedicadas al cultivo de la coca y poseían 80 chacras además de otros cultivos como el de maíz.

Debido a las excesivas tasas en coca impuestas por el encomendero, los caciques del Valle de Zongo decidieron crear chacras comunitarias destinadas para el pago de la misma. Desde 1570 el Cacique principal que vivía en el pueblo de Zongo era el encargado de juntar el tributo y llevarlo al lugar indicado, poco después los españoles invadieron los valles para comercializar productos como charque, vinos y chuño a precios de trueque muy excesivos, lo que hizo endeudar y empobrecer vertiginosamente a los pobladores.

#### **4.5.2. PLANTA DE ENERGÍA ELÉCTRICA**

Hoy en día el valle es más conocido por la generación de Energía Eléctrica con plantas hidroeléctricas que comenzaron a ser establecidas desde 1930. Actualmente el sistema hidroeléctrico del Valle de Zongo perteneciente a la Compañía Boliviana de Energía Eléctrica (COBEE) está conformado por 9 plantas en operación.

#### **EQUIPAMIENTO**

- En el distrito de Zongo no existen hospitales, actualmente solo se cuenta con algunas postas que funcionan temporalmente. Cuando se trata de alguna emergencia la empresa COBEE auxilia con una ambulancia para trasladar al enfermo a la ciudad de La Paz.



- Muchos de los parques o sitios recreativos son propiedad de la empresa COBEE, existen algunos parques para los adolescentes los cuales están siendo restaurados y creados por la Sub Alcaldía de Zongo, como parte de la solicitud de los pobladores.
- Existen centros deportivos en las diferentes comunidades, la primera se encuentra en la comunidad de Botijlaca donde se realiza campeonatos en Corpus Cristo a la cual asisten muchos aficionados.

#### **4.5.3. TRANSPORTE Y ACCESO**

##### **Carretera:**

Al descender a la región de Zongo el camino es un tanto dificultoso, la carretera es riplada y con muchas curvas, también existen lugares de precaución en el cual los conductores deben tener mucho cuidado sobre todo en algunas épocas del año ya que el camino se ve afectada por el deslizamiento de algunas rocas y el crecimiento del río Zongo.

Es importante destacar el trabajo que realiza la empresa COBEE al mantener en buen estado la carretera de Zongo. Este camino nos conduce hasta la comunidad de Huaji donde se encuentra la última planta de COBEE y a partir de este lugar hacia el norte de Zongo no existe camino que nos conduzca a las otras comunidades y a sus diferentes atractivos que fueren ya mencionados.

Los pobladores que viven en estas comunidades al querer desplazarse lo hacen a través de un sendero que fue creado antiguamente, esto les lleva aproximadamente tres días de caminata hasta llegar a su destino.



Es importante también mencionar que existe otra alternativa para ingresar al norte de Zongo y es por la carretera hacia los yungas una vez llegado a Caranavi se realiza un transbordo por el río Bronsini y de esta manera se puede ingresar a las comunidades del norte.

Es por esta razón que creemos que este es un problema al cual se le debe dar una solución inmediata por las autoridades correspondientes ya que a falta de caminos es difícil incentivar al turista a que visite estos lugares.

#### CUADRO N° 6

RECORRIDO DESDE LA PAZ

DISTANCIAS		
LOCALIDAD	Km. Parcial	Km. Total*
LP-Cruce Chacaltaya	37	37
Chacaltaya –Milluni	13	50
Plataforma-Planta Zongo	11	61
Planta Zongo- Botijlaca	10	71
Botijlaca – Planta Santa Rosa	11	82
Planta Santa Rosa – Harca	13	95
Planta Harca – Planca Cahua	7	102

\* datos aproximados

Fuente: COBEE

#### 4.5.4. COMUNICACIÓN

La forma de comunicarse al interior de las comunidades es por medio de las Plantas de COBEE lo cual no favorece a la comunidad porque solo es para los trabajadores de la misma, Botijlaca es la que posee la cabina de Entel para dicha comunicación.

#### **4.5.5. SERVICIOS BÁSICOS**

##### **Agua:**

Las comunidades poseen redes locales de agua pero carecen de sistema de alcantarillado.

##### **Electricidad:**

Existe energía eléctrica en todas las comunidades esto por la existencia de la empresa de COBEE que provee de energía por utilizar las fuentes primarias del Río Zongo.

#### **4.6. ASPECTOS ORGANIZATIVOS INSTITUCIONALES**

La comunidad cuenta con una forma de organización sobre la base del sindicato el cual está conformado de la siguiente manera:

- Secretario General.- Al que la comunidad reconoce como su máxima autoridad.
- Secretario de relaciones.- Quien sustituye en algunas ocasiones al secretario general.
- Secretario de conflictos.- Cuyo papel fundamental es mediar entre la parte y la contra parte.
- Secretario de actas.- Se encarga de tomar nota y registrar todos los aspectos internos de la comunidad.

Esta directiva se organiza mediante reuniones que se llevan a cabo cada mes o en ocasiones de mayor urgencia, la comunidad acostumbra ha esperar e iniciar su reunión con la presencia de su máxima autoridad de lo contrario es suspendido.

El resto de la directiva está distribuida entre varones y mujeres quienes participan en igualdad de condiciones y oportunidades. La población debe

realizar el seguimiento y control de la planificación y ejecución de obras, tanto proyectos y prestaciones de servicios, con una relación de dirigentes y base en general que les favorece para poder intercambiar una buena comunicación, ideas, informes y toma de decisiones.

La función principal de la Central Agraria se basa en atender las demandas e intereses de las diferentes comunidades de Zongo.

Existen 3 sub centrales:

Primero Sub Central Agraria Chucura Alto

Segunda Sub Central Quebrada Alto

Tercera Sub Central Quebrado Bajo

Asimismo la Sub Alcaldía del Distrito 23 de Zongo esta organizada de la siguiente forma:

Lic. Francisco Cordero  
**Subalcalde**

Lic. Herlinda Quispe  
**Secretaria general**

Celso William Rodriguez Paz  
**Jefe de planificación**

Claudia Ximena Alcazar Antezana  
**Jefe de Administración  
Territorial**

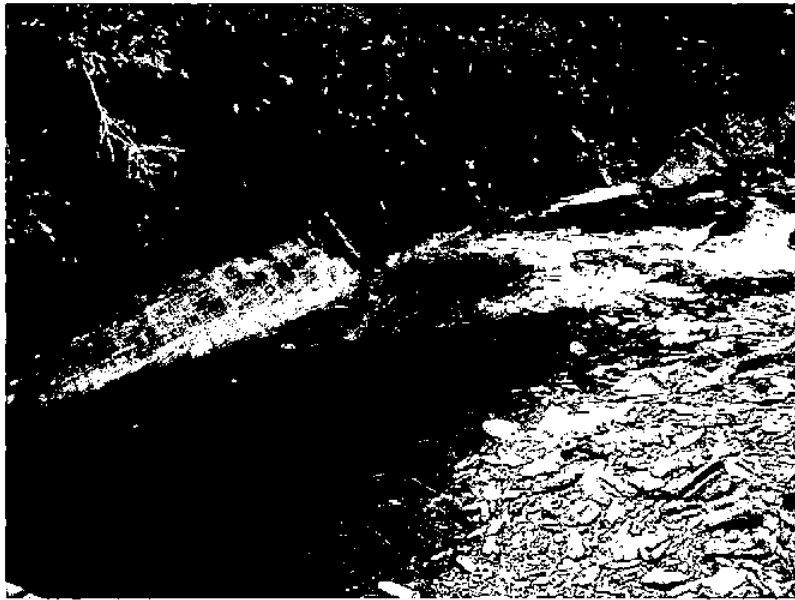
Carlos Alberto Lopez Gonzales  
**Responsable Administrativo y  
Financiero**

Karina Laura Rodriguez Chura  
**Jefe unidad desarrollo Rural y  
productivo**

Valentina Ana Apaza Cama  
**Jefe desarrollo humano**

Jenny Ninoska Bellot Frontalilla  
**Asesora legal**

# CAPÍTULO V





## **CAPITULO V**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **5.1. ESCENARIO SOCIAL**

El Valle ya era importante económicamente en el incario y seguramente mucho tiempo antes, debido a la producción y comercialización de la hoja de coca. Sin embargo, su rica historia es poco conocida en la actualidad, y pese a que aún sigue siendo un centro importante de producción de coca, cotizada por ser considerada muy dulce y agradable, su producción es comercializada de forma individual.

Hoy en día el valle es más conocido por la generación de energía eléctrica con plantas hidroeléctricas que comenzaron su trabajo desde 1930. Actualmente el sistema hidroeléctrico del Valle de Zongo pertenece a la Compañía Boliviana de Energía Eléctrica (COBEE) está conformado por 9 plantas en operación.

##### **5.1.1. HISTORIA**

La región cuenta con varios documentos importantes que consiste en las crónicas, donde el español visitaba las casas entre los años de 1568 y 1570 (transcritas y publicadas en un libro por el investigador norteamericano John Murra en 1991), e informaciones en detalle sobre la sublevación de Zongo escrito en 1624 (Espinoza, 2003).

Según los moradores de Zongo, entrevistados en 1568, fueron los incas quienes pusieron los límites entre sus pueblos, estableciendo un cacique en cada uno de ellos para juntar el tributo de la coca que era recogido una vez al año por el Inca. El Cacique principal que vivía en el pueblo de Zongo era el encargado de juntar el tributo y llevarlo al lugar indicado.

### **5.1.2. SUBLEVACIÓN DE ZONGO Y CHALLANA (1623-1624)**

La gran rebelión de Zongo a finales de 1623 y durante 1624, fue debido al creciente abuso de los españoles y hasta mestizos hacia los pobladores de la zona que se ha ido arrastrando desde casi un siglo, culminó con un levantamiento armado de los zongueños, quienes tomaron el control de la región por casi un año entre 1623 y 1624, y durante la rebelión no lograron ingresar a la zona los ejércitos españoles fueron derrotados en la entrada del valle de Zongo. Fue solamente por medio de la diplomacia y engaños que los sublevados depusieron sus armas y fueron nuevamente pacificados.

### **5.1.3. REFUGIO DE PEDRO DOMINGO MURILLO**

Otro episodio importante que sucedió en el lugar fue la captura de Don Pedro Domingo Murillo en el pueblo de Zongo, en diciembre de 1809 después de que sus fuerzas revolucionarias habían sido derrotadas en Irupana y Chicaloma.

Finalmente, en esta breve reseña histórica se indica que la región fue ampliamente explotada por el sistema de las haciendas hasta la reforma agraria en 1952. En Isicani aún existe una casa de hacienda muy bien conservada.

Definitivamente el Valle de Zongo posee una rica e importante historia que en todos los tiempos gira alrededor de la producción y comercialización de la hoja de coca, la producción de tubérculos y frutas. Además de la documentación escrita, dejada por los españoles durante la colonia, hoy en día aún se puede observar los restos arqueológicos en forma de caminos, sistemas de andenerías agrícolas, construcciones arquitectónicas y hasta restos de pueblos abandonados que confirman la veracidad de la documentación histórica y la importancia de la producción de coca y otros durante la prehistoria con los Tiwanacotas e Incas, durante la colonia con el sistema de encomienda y durante la república con las haciendas.

El Valle de Zongo, posee, al igual que las demás regiones del país, una invaluable riqueza cultural que se constituye en patrimonio Nacional del Estado boliviano.

## **5.2. OFERTA TURÍSTICA**

### **ATRATIVOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO 23 DE ZONGO**

Sin duda en la actualidad la región de Zongo cuenta con diferentes escenarios paisajísticos, donde se puede apreciar la belleza y el encanto de sus diferentes pisos ecológicos, así también los vestigios arqueológicos correspondientes a la Cultura Incaica.

#### **5.2.1. HUAYNA POTOSÍ**

Es uno de los atractivos más destacados que ha sabido ganarse la popularidad internacional debido a las características que presenta tanto monolítica y piramidal. Enclavado entre los macizos Condoriri y Chacaltaya, con una altura imponente de 6.088 m.s.n.m., cuya presencia



majestuosa no pasa desapercibida para propios y extraños. La Represa de Zongo a 4.620 m.s.n.m. es el Campamento base natural del Nevado Huayna Potosi y existen dos Refugios instalados en el área.



### 5.2.2. MILLUNI

La Mina Milluni esta actualmente abandonada, para acceder a la misma se debe tomar el camino de la izquierda y para ingresar ha esta ruta es indispensable un vehículo doble tracción 4x4 ya que el abandono del lugar no permite un adecuado mantenimiento de la carretera.

El cementerio de Milluni esta situado a 4459 m.s.n.m. considerado como un atractivo paisajístico y cultural de la población minera, con un panorama magnífico por su singular tamaño y con apariencia de una lejana y ordenada población, además se puede observar la laguna Milluni.





### 5.2.3. COMUNIDAD BOTIJLACA

Se encuentra ubicada en la parte alta de Zongo, por lo cual cuenta con una topografía montañosa, senderos rocosos, suelos con bastante tierra y piedras y se une con el río Zongo, donde podemos apreciar los cerros vestidos de blanco por la nieve llamado “Las Novias”, también se encuentra un cerro llamado el “Centinela” que según los pobladores tiene una forma humana y según las creencias esté vigila la comunidad. El acceso ha esta comunidad es bastante dificultoso por las características rocas que presenta.

La estancia Botijlaca se caracteriza por presentar flora típica de la puna norteña y construcciones de piedra que enriquecen el paisaje.

La laguna Chojña Kota situada a 3.600 m.s.n.m. rodeada de humedales que sugieren buenos terrenos para el pasteo de llamas, alpacas y considerado como un atractivo alto.



#### 5.2.4. COMUNIDAD LLAULLINI

Se encuentra a 3585 m.s.n.m. entre la intercesión de dos ríos Zongo y Livinosa con un clima templado y de vegetación baja, se destaca por la existencia de un mirador natural en la parte alta del cerro y que en la misma existen animales tales como venados, viscachas y otros. La fiesta patronal de esta comunidad se celebra el 3 de Mayo en honor al señor de la Cruz.

A pocos minutos de la Estancia de Botijlaca se encuentra LLaullini, un lugar desde el cual se puede acceder al valle de Jankohuma el cual conecta con otro camino posiblemente precolombino o ramal que comunica con otro principal.



#### 5.2.5. COMUNIDAD DE CAÑAVIRI

Pertenece a la quebrada Alta a una distancia de 62 km. desde la sede de gobierno, presenta un clima templado con escasa vegetación rodeada de paisajes montañosos y nevados.

En esta comunidad se encuentra un refugio de propiedad de la sub alcaldía de Zongo el cual fue diseñado para albergar a turistas, de manera

que incentive el turismo, además se puede apreciar la iglesia de Santa Maria Asunta del siglo XVIII perteneciente a la Epoca Colonial, considerada por el Gobierno Municipal de La Paz como Patrimonio Arquitectónico con categoría B.



### **Camino precolombino**

Que da inicio en la comunidad Cañaviri, realizando un recorrido por la montaña boscosa que denota como una terraza o mirador extenso permitiendo observar todo el valle y sus cuencas, con amplia diversidad y diferentes atractivos, como cascadas, fauna, aves y flora. Vincula por la parte superior con la comunidad Tiquimani que a través de un camino precolombino une a Hampaturi por el sector de Pongo.





#### **5.2.6. COMUNIDAD CAMSIQUE**

Ubicada a 52 km. de la ciudad de La Paz la misma que corresponde a la Cuenca del Río Zongo. Esta comunidad esta entre montañas rocosas por lo que tiene una vista panorámica muy hermosa, así también se destaca el Río de Zongo que atraviesa por la misma ofreciendo una belleza paisajística muy singular donde existen árboles frutales, hierbas, arbustos, flores (rosas, dalias, flor de pascua, hortensias, etc.) como también variedad de árboles y plantas medicinales como el paico, manzanilla, koa, sillo sillo. En cuanto a la fauna se destaca los loros, monos, palomas silvestres, pavo, el jucumari, lechuza, el sari, y una variedad enorme de insectos, reptiles, arácnidos, que hace del lugar un gran atractivo natural.

#### **5.2.7. COMUNIDAD CHIRIMOYANI**

Ubicada en la Quebrada Baja con una altitud aproximada de 1800 m.s.n.m. rodeada de una exuberante vegetación siendo favorable para el desarrollo de las diversas plantas silvestres como los árboles frutales (plátano, palta, granadilla).



### 5.2.8. COMUNIDAD COSCAPA

Se encuentra ubicada a 56 km de la ciudad de La Paz a una altura de 3600 m.s.n.m. la misma que corresponde a la parte Andina Altiplánica, donde se puede observar una gran cantidad de llamas y ovejas.



### 5.2.9. PUEBLO DE ZONGO

Pertenece a la Zona Sub Tropical de la sub Central Agraria Quebrada Baja, ubicada en un área rocosa. El pueblo de Zongo esta constituido sobre la base de una leyenda, la cual menciona que el pueblo fue poseído siglos atrás, razón por la cual se explica la existencia de una atractiva iglesia de la época Colonial ubicada en la plaza central, en su interior están las respectivas imágenes de “San Antonio” y la virgen “Maria” adornadas por hermosas flores que causan la alegría en el momento de ingreso a la iglesia que acoge a más de 80 personas; en años anteriores se celebraban distintas ceremonias y matrimonios que ahora se ignoran por la falta de un sacerdote. Según la valoración dada por el Gobierno Municipal de La Paz, la Iglesia de Zongo es considerada como categoría C Valor Ambiental.



llegaron a una casa metida entre una de las quebradas de Zongo, allí vivía el compadre de Murillo de apellido Viscarra. En este lugar el caudillo transcurre varios días sin saber noticia alguna. Dicen que mientras el hombre reposaba entregado al sueño, llegaban los soldados traídos por Viscarra mientras tanto Murillo vuelve a perderse en el monte, pero su evasión dura pocos días siendo que el 9 de noviembre en la cuesta de Anacirca concluye la cacería”.<sup>18</sup>

Por esta razón el Pueblo de Zongo es valorado como Patrimonio Monumental categoría A.



#### 5.2.10. COMUNIDAD VILLA ESPERANZA

Esta comunidad se encuentra ubicada en la quebrada baja, se caracteriza por la existencia de una cascada, donde el agua cae con mucha fuerza generando un sonido que impacta a las personas que transitan por el lugar, según los comunarios es la más grande que existe en el Departamento de La Paz.

<sup>18</sup> Abecia B. Valentín. “La Genial Hipocresía de Don Pedro Domingo Murillo” La Paz-Bolivia, 1966. Pág. 86.



Otro sitio turístico es el lugar llamado “mula muerte” que atrae a personas por la existencia de lechuzas, la planta de goma y el incienso.



#### **5.2.11. COMUNIDAD CAHUA GRANDE**

Esta comunidad está cubierta de montañas rocosas y mucha vegetación, tiene un clima cálido; en cuanto a su flora en sus montañas rocosas presentan árboles y la variedad de plantas sumando a ellos sus respectivos chumes que dan humedad a la tierra y causan de alguna manera la protección de algunas enfermedades. En cuanto a la fauna aun existen animales de selva como el zorrillo, el chancho de monte, el tigrillo; también algunos reptiles (serpientes, lagartos), aves e insectos que habitan en toda la zona reflejando un hermoso paisaje.

En la siguiente comunidad esta Chiviraque, el cual es un pueblo abandonado donde se puede apreciar jochis y diversas aves.

La comunidad de Islani, se caracteriza por poseer la forma de una Isla la cual se dice que en épocas anteriores este era un pueblo encantado pues en ella existen monumentos tallados en piedra.

La comunidad de Susupi se caracteriza por tener un clima muy cálido. El acceso a esta comunidad es muy dificultoso debido a la inexistencia de habitantes en la misma.

#### **5.2.12. COMUNIDAD DE HUAJI**

Hauji es la última comunidad con acceso carretero, el cual se encuentra a 1300 m.s.n.m., con un clima mucho más cálido que oscila entre los 18°C. - 23°C. superando así a las demás comunidades. Se caracteriza por sus leyendas y mitos como el “Jukumari” y el “Encanto” en sus bosques húmedos y nublados. Celebran la fiesta patronal el 5 de agosto por la “Virgen de las Nieves”.



### **5.3. INFRAESTRUCTURA**

#### **5.3.1. REFUGIO HUAYNA POTOSI**

Situado junto a la represa de Milluni al borde de la carretera del paso Zongo, se trata de una infraestructura privada perteneciente a la agencia de viajes “Huayna Potosí” con una capacidad para 30 personas entre sus habitaciones dobles y simples.

### **5.3.2. REFUGIO DE LLAULLINI**

Se caracteriza por ser un albergue de paso, se trata de una edificación de dos pisos en un área de 64 metros cuadrados, con una capacidad para diez personas por noche, cuenta con dos dormitorios, un comedor, una cocina, un baño y el recibidor y en la planta alta un dormitorio todo esto con el objetivo de satisfacer las necesidades de los campistas que escalan el Huayna Potosí.

### **5.3.3. REFUGIO DE CAÑAVIRI**

Es un centro de atención al turista que cuenta con dos habitaciones dobles, una cocina, una acogedora sala de estar y dos baños; también un pequeño parqueo y un área de recreación.

### **5.3.4. HOTELES**

- *Hotel los Grillos*; se encuentra ubicada en la comunidad de Cahua Grande, que cuenta con cinco habitaciones dobles y diez habitaciones simples con una capacidad de veinte camas. El precio por noche tiene un costo de Bs. 20.- que puede variar según los días de estadía que pueda tener el visitante.
- *Hotel Vértigo*; se encuentra en la comunidad Cahua Grande al cual se accede mediante una solicitud dirigida a la empresa COBEE.
- En las demás comunidades los pobladores ofrecen sus casas como posadas cobrando un valor de Bs. 10 por noche.



### **5.3.5. RESTAURANTES**

En los servicios de alimentación existen:

- En la mayoría de las comunidades existen kioscos donde se expenden alimentos como: té, café, sándwiches y almuerzos.
- Los comedores donde también se ofrecen los mismos servicios en algunos casos exclusivamente para los trabajadores pensionados de la empresa COBEE.

### **5.3.6. TRANSPORTE**

El medio de transporte mas utilizado para acceder a estas comunidades son los buses y minibús que pertenecen al sindicato “Trans Zongo Tours” cuya oficina esta ubicada en la zona Ballivián de El Alto en la calle Ingavi; los horarios de salidas son por las mañanas a horas 04:00 y 06:00 a.m. Y los retornos son a horas 11:00 a.m. y 15:00 p.m.

**CUADRO N° 7**

<b>TARIFARIO DE PRECIOS</b>	<b>MINIBUS</b>	<b>BUS</b>
Cañaviri	10.-	7.-
Camsique	14.-	10.-
Harca	14.-	10.-
Cahua	16.-	12.-
Islani	16.-	12.-
Huaji	17.-	13.-

El Gobierno Municipal de La Paz ha desarrollado diversos proyectos en beneficio de las comunidades.

A continuación citaremos comunidades que potencialmente pueden beneficiarse del proyecto de turismo:

**CUADRO N° 8**

COMUNIDAD	PROYECTOS POTENCIALES
Botijlaca	Construcción de un “Refugio Precolombino”
Llaulini	Creación de “Albergue Turístico”
Cañaviri	Senda de Obsevacion del Jukumari
Santa Rosa	Centro de Interpretación Historico del protomartir Dn. “Pedro Domingo Murillo”
Zongo	Creación de un Centro gastronómico. Construcción de un museo Senda del protomártir Dn. Pedro Domingo Murillo
Harca	Unidades productivas de servicios
Cahua	Unidades productivas de servicios
Huaji	Creación de un “Complejo turístico”
Islani Bajo	Biocentro de estudio científico de plantas
Pacollo de Cañaviri	Centro de producción de Orquidias

## **5.4. DEMANDA TURÍSTICA**

### **5.4.1. TENDENCIA DEL MERCADO INTERNACIONAL**

El mercado internacional del turismo se constituye hoy en día una de las fuentes de ingreso y desarrollo más interesantes en el planeta por su ritmo de crecimiento por los efectos multiplicadores en la economía de cualquier tipo de sociedad por la tendencia de apertura de este sector, como nuevos destinos en todas partes del mundo.

La visión del turismo hacia el año 2020 según la previsión de la OMT muestra un resultado esperanzador previsible sobre el cual será conveniente tomar las acciones necesarias con el fin de aprovechar este crecimiento y planificar programas y proyectos estos en función del desarrollo nacional, aprovechando las posibilidades que brinde el sector.

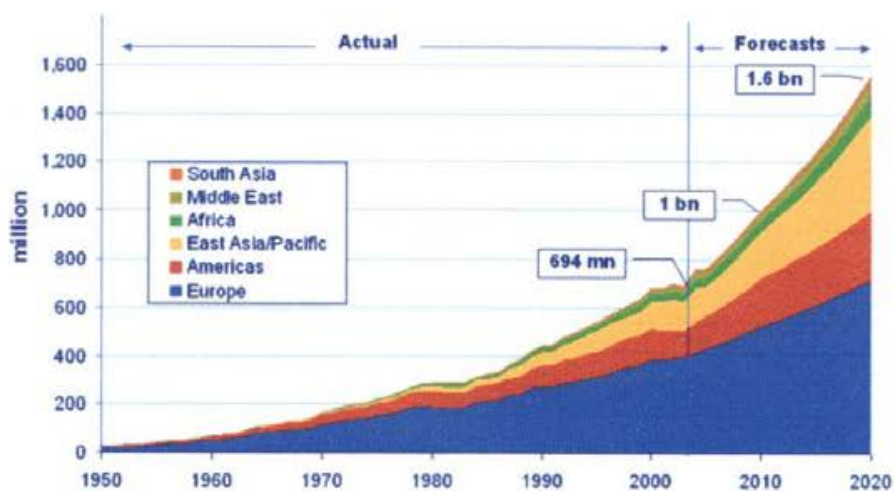
No obstante que la evolución del turismo durante los últimos años han sido un tanto irregulares, la OMT mantiene su previsión a largo plazo como tendencia aceptable y confiable en cuanto su crecimiento.

La llegada de turistas a las diferentes regiones, hacia el 2020 muestra como los destinos mas importantes a las siguientes tres regiones.

- Europa (717 millones de turistas)
- Asia Oriental y Pacifico (397 millones de turistas)
- Continente Americano (282 millones de turistas)



### INCREMENTO PROYECTADO DEL TURISMO MUNDIAL (1995 – 2020)



Fuente: Organización Mundial del Turismo

De acuerdo a las previsiones de la OMT Europa mantendrá la proporción mas grande de llegadas mundiales; aunque habrá un descenso paulatino entre 1995 y el 2020 del 60% al 46% respectivamente.

Los viajes de larga distancia en el mundo crecerán mas rápido a un ritmo de 5.4% por encima del periodo 1995-2020 a comparación de los viajes extra regionales que crecerán a una tasa promedio anual del 3.8 %.

#### 5.4.2. DEMANDA HACIA BOLIVIA

Bolivia tiene una escasa demanda turística comparada con otros países las características de esta demanda muestran que es poco exigente y escasamente conocido. Debemos coincidir en que una demanda turística voluminosa experta y exigente constituye un poderoso “motor” para impulsar la competitividad de un destino turístico, pues estimula la competencia entre las empresas y las obliga a innovar y mejorar la calidad de sus servicios.

En el siguiente cuadro nos muestra que en los años 1998 y 2005 el turismo en Bolivia muestra una baja afluencia de turistas esto debido a la falta de estrategias y agresividad en cuanto a planificación, comercialización y promoción turística a nivel internacional, así mismo han influido en este comportamiento las presiones sociales internas debido a los sucesivos cambios políticos desde el año 2001 y los sucesivos conflictos sociales que han deteriorado la imagen del país mostrando a Bolivia como un destino poco seguro.

**CUADRO N° 9  
INGRESOS POR TURISMO RECEPTIVO A BOLIVIA**

<b>Año</b>	<b>Turistas Extranjeros</b>	<b>Ingresos Turismo Receptivo (en millones de \$US)</b>
1992	244.583	116,9
1993	268.968	124,1
1994	319.578	130,6
1995	350.687	144,8
1996	376.855	159,4
1997	397.517	171,7
1998	420.491	185,3
1999	409.142	179,2
2000	381.077	160,0
2001	378.551	163,9
2002	382.185	164,2
2003	357.036	172,5
2004	390.888 (p)	187,7 (p)
2005	412.880 (p)	200,0 (p)
2006	515.232 (p)	230,4 (p)
(p) preliminar		

Fuente: INE y VMT

En el dato estadístico se observa que la ciudad de La Paz recibe un mayor número de visitantes. Esto se debe a que la ciudad en los últimos años se ha convertido en un destino turístico preferencial para el turismo receptivo, otros de los motivos es que posee recursos turísticos tanto naturales y culturales como son: Lago Titicaca, Cordillera Real, Coroico, Tiwanaku y otros.

**CUADRO N° 10**

**DEMANDA TURÍSTICA A BOLIVIA, SEGÚN CIUDADES  
AÑO 2007 (P)**

<b>CIUDAD</b>	<b>NACIONALES</b>	<b>EXTRANJEROS</b>
LA PAZ	1.149.789	523.403
EL ALTO	112.376	12.294
SANTA CRUZ	327.409	149.405
COCHABAMBA	160.118	38.453
SUCRE	48.150	26.701
POTOSI	28.860	19.544
ORURO	111.867	17.671
TARIJA	40.741	10.233
TRINIDAD	23.279	9.088
COBIJA	31.665	8.872
<b>TOTAL</b>	<b>1.149.789</b>	<b>523.403</b>

Fuente: Vice ministerio de Turismo, 2007(P)





### **5.4.3. DEMANDA DE TURISTAS EN EL DEPARTAMENTO DE LA PAZ**

La ciudad está considerada como la puerta de ingreso de Bolivia en lo que se refiere al turismo receptivo a nivel internacional, las estadísticas demuestran claramente que la demanda se va incrementando año tras año.

Esta demanda se evidencia en la llegada de viajeros a hoteles y alojamientos de La Paz.

Según datos preliminares del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en el periodo comprendido entre los meses de Enero y Diciembre del 2005 la llegada de viajeros a establecimientos de hospedaje de La Paz se incrementó en un 5.17 % respecto al mismo periodo del año anterior.

En este resultado cabe destacar según categoría hotelera el incremento de la llegada de viajeros a posadas en 46.40 % residenciales 17.00% y alojamientos 6.98 %, asimismo se notó la dimensión en cuanto a llegadas a hoteles en 2.51% y Apart Hoteles 5.40% por tipo de viajero.

La llegada de viajeros nacionales a establecimientos de hospedajes en la ciudad de La Paz se incrementó en 6.77% y la de extranjeros creció en 2.81 %.

De acuerdo al Vice ministerio de Turismo, el registro de visitantes obtenidas a través de establecimientos de hospedaje tanto extranjeros como nacionales se tiene los siguientes datos estadísticos:

**CUADRO N° 11**

**LA PAZ: LLEGADA DE VISITANTES A ESTABLECIMIENTOS DE  
HOSPEDAJE**

<b>AÑO</b>	<b>NACIONALES</b>	<b>EXTRANJEROS</b>
1996	223.929	185.557
1997	199.927	182.376
1998	198.025	189.546
1999	174.887	181.925
2000	154.484	169.068
2001	164.936	170.361
2002	176.242	180.136
2003	184.555	170.782
2004	195.279	175.892
2005	202.540	176.860
2006(p)	252.397	202.757
2007(p)	265.324	231.141

Fuente: Viceministerio de Turismo- Políticas y Estrategias Turísticas (2007)

**5.4.4. DEMANDA A LA REGIÓN DE ZONGO**

Zongo registra una afluencia turística demasiado baja, lo que equivale a una demanda mínima, se sustenta esta afirmación en la comprobación de dos aspectos importantes. Servicio de transporte público limitado hacia la región de Zongo, simplemente establecido para fines de uso de los habitantes de la Zona. La demanda actual a Zongo se caracteriza principalmente por la visita de turistas extranjeros dedicados a las actividades de trekking y biking para lo cual los operadores contratan

transportes privado. En cuanto a turistas nacionales la demanda al lugar es poco frecuente, las fechas visitadas son (Semana Santa, Corpus Crhisti) asimismo Zongo es visitado por delegaciones de colegios y otras instituciones.

Lamentablemente tenemos que afirmar que Zongo como destino emergente en términos de demanda es prácticamente inexistente, sin embargo tiene la posibilidad de introducirse en el mercado siempre y cuando sea de manera planificada, asegurando segmentos especiales de mercado con mejores perspectivas que otras regiones para posicionar en el sector.



# CAPÍTULO VI



## CAPITULO VI

### DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL DISTRITO 23 DE ZONGO

Para el diagnóstico del Distrito 23 de Zongo, se efectuó un análisis de la situación actual del gran potencial existente en la región en cuanto a atractivos turísticos naturales.

Se pudo evidenciar que gran parte del macro distrito posee condiciones turísticas inigualables, orientadas a diseñar una oferta turística que combine con el interés de los turistas por disfrutar de la belleza paisajística y natural de la región.

Asimismo detectando las situaciones adversas que obstaculizan al desarrollo turístico de la misma.

#### CUADRO N° 12

##### 6.1. ORDENAMIENTO DE PROBLEMAS

<b>Económico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajos ingresos económicos.</li> </ul>
<b>Social</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Migración de la población por la falta de fuentes de empleo.</li> <li>• Bajo nivel educativo.</li> <li>• Deficiente articulación caminera.</li> </ul>
<b>Político</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de coordinación entre los actores involucrados.</li> </ul>
<b>Cultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de reglamentos de protección al patrimonio cultural.</li> </ul>
<b>Ambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inexistencia de mecanismos para el manejo de residuos sólidos.</li> <li>• Falta de mecanismos para el control de chequeos.</li> </ul>
<b>Turístico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insuficiente planta turística.</li> <li>• Pocos recursos económicos asignados al turismo.</li> <li>• No existe circuitos establecidos.</li> <li>• Escasos medios de comunicación y poca cobertura.</li> <li>• Falta de material publicitario.</li> </ul>

## 6.2. DESCRIPCIÓN DE LOS PROBLEMAS SELECCIONADOS

### **Desinterés en el aprovechamiento de los recursos naturales de la región de Zongo.**

Pese a que la región cuenta con bastos recursos naturales los cuales ya fueron mencionados anteriormente, parece difícil creer que sea tan poco conocido a excepción del Nevado Huayna Potosí que también corresponde a la región de Zongo.

Actualmente las entidades públicas como la Sub alcaldía de Zongo en su Plan Operativo Anual (POA) prioriza la ejecución de proyectos en cuanto a infraestructura, como la apertura y mejoramiento de caminos, escuelas, áreas recreativas, seguimiento de proyectos productivos, mejoramiento de red de agua potable, dejando de lado el desarrollo de la actividad turística debido a falta de recursos económicos.

En cuanto a las empresas privadas como ser las agencias operadoras de turismo solo ofrecen destinos conocidos y consolidados, no incluyendo así las diferentes alternativas existentes en la ciudad de La Paz tal es el caso del distrito 23 de Zongo.

### **Carencia de mecanismos de promoción**

Se ha podido evidenciar que la región de Zongo carece de elementos que impulsen a promocionar adecuadamente dicha región, siendo que el lugar cuenta con atractivos potenciales. Además la escasa documentación e información que se tiene no ha permitido desarrollar la amplificación de



la existencia de Zongo motivo por el cual gran parte de la población desconoce de su existencia.

### **Zongo con una población eventual**

Se pudo constatar a través de la observación directa que gran parte de la población es inconstante en su lugar de origen debido a la necesidad de comercializar sus productos.

### **Dificultad de caminos que conducen a los atractivos**

Se ha visto que el acceso que conduce a las diversas comunidades donde se encuentra dichos atractivos carecen de una inadecuada infraestructura caminera lo cual obstaculiza el ingreso a las mismas por lo cual el GMLP (gobierno municipal de La Paz) a través de la Sub alcaldía del Distrito 23 de Zongo, esta haciendo un gran esfuerzo para mejorar las demandas de la población en cuanto al acceso hacia Zongo.

## **6.3. ANÁLISIS DE LOS PROYECTOS EXISTENTES**

Durante la revisión de la documentación existente se ha encontrado que la Sub alcaldía de Zongo realizó una serie de actividades en cuanto a capacitaciones en el sector turístico, contratando para su efecto “Consultarías” los cuales años después no dieron un resultado favorable.

Existe también proyectos elaborados por alumnos de la carrera de turismo de Universidad Mayor de San Andrés (UMSA) el año 2004 para el Valle de Zongo fue “capacitación turística a los prestadores de servicios en el valle de Zongo”, este documento tiene como objetivo orientar y dar a conocer lo que es la actividad turística, como una alternativa de progreso económico pero lo que no se tomó en cuenta fue que al concluir la capacitación para muchos de los pobladores no hubo las condiciones ni una base en las que

ellos pudieran integrarse a la actividad turística, de manera que este proyecto solo ofreció conocimientos los cuales nunca se pudieron volcar a hechos concretos. Y otro proyecto recientemente elaborado como “Plan de Educación y Sensibilización Turística” teniendo por objetivo impulsar el compromiso, la participación las nuevas iniciativas entorno al turismo.

Actualmente, la Sub alcaldía cuenta con proyectos de infraestructura que van en beneficio de la población tales como el mejoramiento de escuelas, canchas deportivas, áreas recreacionales, así también el levantamiento de muros de contención por los constantes derrumbes ocasionados por las lluvias. En cuanto a infraestructura turística se refiere, se ha construido dos refugios ubicado la primera en la comunidad de Botijlaca, la segunda en la parte alta de Huayna Potosí.

El Gobierno Municipal de La Paz, dentro de su Plan de Desarrollo Municipal 2005- 2011 ha desarrollado diversos proyectos en cuanto a infraestructura turística, los mismos que serán ejecutados en un lapso de 30 años; tales como: “La construcción de un Refugio Precolombino” en la comunidad de Botijlaca aprovechando las antiguas construcciones que podrá albergar 6 visitantes además contará con espacios para camping el costo de la infraestructura será de Bs. 109.960,37; la construcción del “Biocentro Zongo” en la comunidad Islani Bajo a partir del cual se ejercerá la reconocida medicina tradicional andina además contará con un alojamiento para los pacientes, el costo de la infraestructura será de Bs. 850.088,66; el “Complejo turístico de Huaji” permitirá el disfrute del clima y la realización de actividades de esparcimiento que tendrá un costo de Bs. 939.817,00; el mirador “Senda del Jucumari” tendrá un costo del Bs. 17.052,86 y por último la infraestructura del “Orquidiario Pakollo” con un costo de Bs. 175.848, 40.



#### **6.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Actualmente existe una escasa demanda y una baja afluencia turística a la región, esto se pudo evidenciar a través de la observación directa en las zonas próximas del Chacaltaya, Huayna Potosí y en Llaullini donde se realizan actividades de montaña, trekking y biking las cuales están posicionadas dentro del mercado turístico, siendo que esto no es del todo favorable al incremento del flujo turístico hacia Zongo.

Zongo es una zona de gran potencial para conectar actividades a través de rutas de Treking hacia y desde caminos como la Apacheta Chucura, Coscapa, pero lamentablemente Zongo no cuenta con infraestructura ni servicios turísticos adecuados, a pesar de las grandes posibilidades y potencialidades ya mencionadas.

Pese a ello, en materia turística Zongo no tiene una competencia directa pero existe otro destino turístico que puede considerarse como competencia indirecta tal es el caso de Coroico por las similitudes que posee.

Para lograr su posicionamiento en el mercado local, nacional e internacional, se requiere de un proceso de consolidación de la oferta que permita un flujo turístico adecuado para lograr un equilibrio sostenible y los beneficios económicos sociales que la actividad turística conlleva.



## 6.5. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

CUADRO N° 13

### Entrevistas efectuadas

N°	ENTREVISTADO	NOMBRE	LUGAR
1	Sub-Alcalde	Lic. Francisco Cordero	Sub-Alcaldía de Zongo
2	Técnico de la Unidad de Gestión turística	Lic. Mónica Mendieta	Unidad de Turismo del GMLP
3	Secretario General	Ángel Sullca	Central Agraria Zongo

Entre las entrevistas realizadas tenemos: al Sub alcalde de Zongo Lic. Francisco Cordero y la Unidad de Turismo de la Alcaldía Municipal de La Paz Lic. Mónica Mendieta ambos coincidieron que actualmente sus entidades no cuentan con proyectos turísticos debido a la falta de financiamiento para la ejecución de la misma, sin embargo se ha organizado pequeñas actividades turísticas hacia Zongo por los feriados de Semana Santa y San Juan también se ha elaborado trípticos donde se da a conocer las características generales de la región esto con el objetivo de promocionar el lugar como una alternativa más dentro de la ciudad de La Paz.

Asimismo el Secretario General de la Central Agraria de Zongo Dn. Ángel Sullca, reconoce que muchos de los atractivos existentes en su región tienen un potencial turístico, sin embargo la falta de coordinación causó que muchos proyectos quedaran solo en papeles por lo que cada comunidad buscaba beneficiarse de los mismos.

Por otro lado, las conversaciones que se tuvo con algunos pobladores de la Región de Zongo han mostrado un interés para que su región se proyecte como un destino turístico.

### **6.6. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS**

Se ha visto por conveniente realizar encuestas a las Agencias turísticas para obtener datos precisos sobre el perfil de turistas que visitan nuestra ciudad. Asimismo conocer la actividad que desempeñan las mismas con respecto a la Región de Zongo.

Hasta el mes de Marzo del 2009 La Unidad de Turismo de la Prefectura tenía inscritas 208 Agencias de Viajes y Operadoras de Turismo de las cuales se ha podido abarcar a 190 agencias, en especial aquellas ubicadas en la Calle Sagárnaga por tener un mayor flujo turístico para la aplicación de las encuestas; asimismo se observó que existen 15 agencias de viajes de turismo especializado en cuanto a naturaleza favoreciendo de esta manera a las regiones de carácter natural.

A continuación se muestra los resultados obtenidos de las encuestas realizadas mediante la tabulación, interpretación y análisis de datos a las Agencias de Viajes.

**SERVICIOS OFERTADOS POR LAS AGENCIAS**

**CUADRO N° 14**

<b>Biking</b>	<b>Treking</b>	<b>Climbing</b>	<b>Cultural</b>	<b>Otros</b>
66	52	25	37	10
36%	27%	13%	19%	5%

*Fuente: Elaboración propia*



*Fuente: Elaboración propia*

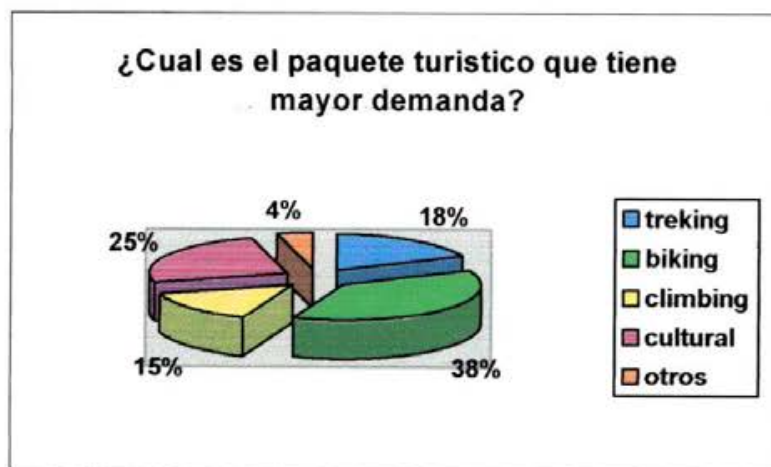
El cuadro N° 13 nos muestra que la mayoría de las agencias ofrecen el servicio de Biking (36%); esto evidencia que se tiene una percepción de turismo orientado a la aventura. En segundo lugar, están los paquetes de caminata; la demanda por este tipo de servicios se va incrementando en nuestro medio.



**SERVICIOS DEMANDADOS**

**CUADRO N° 15**

<b>Biking</b>	<b>Treking</b>	<b>Climbing</b>	<b>Cultural</b>	<b>Otros</b>
71	35	28	48	8
38%	18%	15%	25%	4%



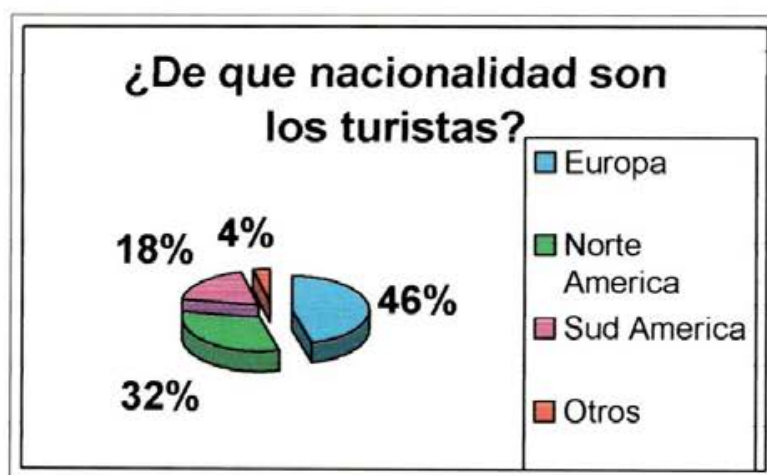
Fuente: Elaboración propia

El paquete turístico con mayor demanda es la actividad de Biking (38%) gracias al posicionamiento que tiene “La Ruta de la Muerte” seguido de la actividad Cultural (25%), dándonos a conocer que la naturaleza y lo cultural son los paquetes mas demandados por los turistas.

## NACIONALIDAD DE LA DEMANDA

CUADRO N° 16

<b>Europa</b>	<b>Norte América</b>	<b>Sud América</b>	<b>Otros</b>
87	61	35	7
46%	32%	18%	4%



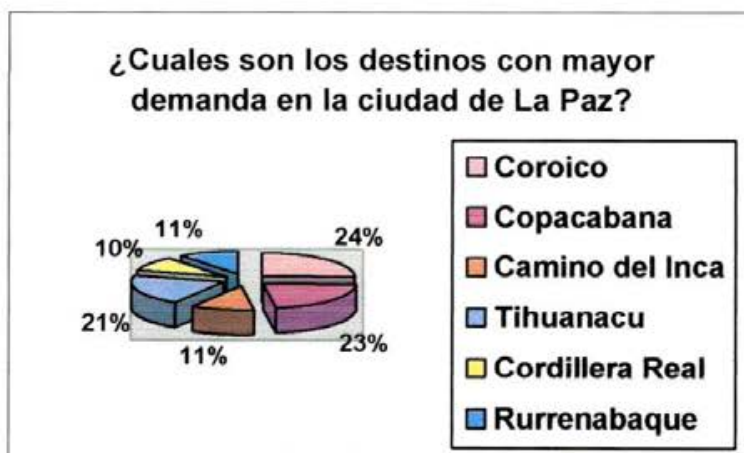
Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los turistas que solicitan servicios de las agencias son de nacionalidad Europea con (46%) seguido por Norte América con (32%).

## DESTINOS CON MAYOR DEMANDA EN LA CIUDAD DE LA PAZ

CUADRO N° 17

<b>COROICO</b>	<b>COPACABANA</b>	<b>CAMINO DEL INCA</b>	<b>TIHUANACU</b>	<b>CORDILLERA REAL</b>	<b>RURRENABAQUE</b>
48	43	21	39	19	20
24%	23%	11%	21%	10%	11%



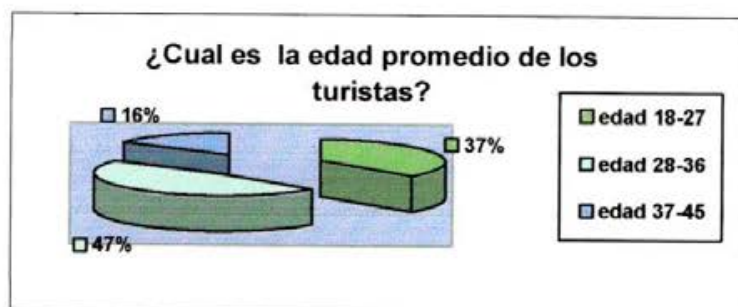
Fuente: Elaboración propia

Coroico es el destino más visitado por los turistas con un 24% así también Copacabana con un 23%, siendo que estos destinos tienen una promoción fuerte en el mercado turístico.

### EDAD PROMEDIO DE LOS TURISTAS

#### CUADRO Nº 18

Edad:		
18-27	28-36	37-45
70	90	30



Fuente: Elaboración propia

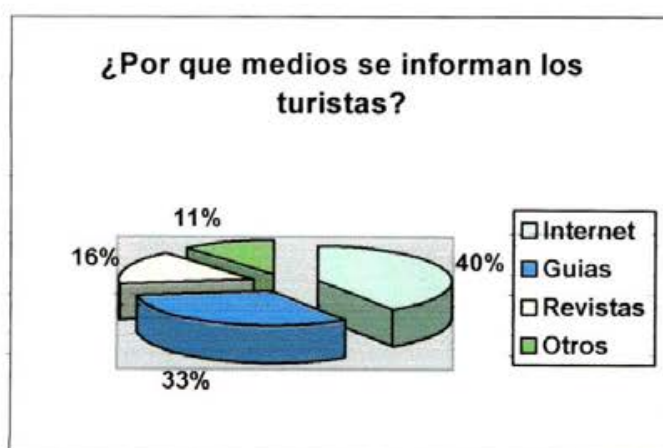
Se pudo apreciar que en el registro de turistas de las agencias de viajes la edad promedio oscila entre los 28-36 años.



## MEDIOS DE INFORMACIÓN

CUADRO N° 19

Internet	Guía	Revista	Otros
77	62	30	21
40%	33%	16%	11%



Fuente: Elaboración propia

Según las agencias de viajes el medio de información más utilizado por los turistas es el Internet con un 40% seguido por guías como “Lonely Planet” que son conocidos en todo el mundo.

## ALTERNATIVAS TURÍSTICAS

CUADRO N° 20

Si	No
34	156
18 %	82 %



Fuente: Elaboración propia

De las encuestas se pudo observar que el 82% de las agencias no ofrecen paquetes turísticos especializados hacia el Distrito de Zongo mientras que el 18% de las mismas tienen dentro de su manual turístico algún paquete relacionado con Zongo como ser Huayna Potosí con la actividad de trekking y pocas veces la actividad de Biking hasta la plataforma de Zongo.

## 6.7. ANÁLISIS DE SONDEO DE OPINIONES

El 21 de junio de 2009 se realizó un sondeo de opinión a la ciudadanía que se dio cita a la feria del paseo del Prado, organizada por la Alcaldía Municipal de La Paz.

De acuerdo al sondeo realizado a 87 personas el 56% respondió que no ha oído hablar de Zongo mientras que un 44% si tiene conocimiento de su existencia, así también un 85%, a quienes se les realizó el sondeo no tienen conocimiento de la historia y del entorno natural que tiene la región de Zongo, siendo que el total de los entrevistados dijeron que les gustaría conocer más acerca de la región. También se pudo observar que 15 personas visitaron dicha región y lo más resaltante para ellos fue su inigualable paisaje y belleza natural.

# CAPÍTULO VIII





## CAPITULO VII

### PROPUESTA DEL PROYECTO

**PLAN ESTRATÉGICO DE PROMOCIÓN PARA EL  
DESARROLLO TURÍSTICO DE LA REGIÓN DE ZONGO**

Es significativo considerar que la Región de Zongo muestra un gran potencial turístico en cuanto a la diversidad paisajística que posee, por ende la propuesta para la Región de Zongo basa su investigación principalmente en promover a dicha región como destino turístico especializado dentro de la oferta del turismo Nacional e Internacional difundiéndola a través de un plan de Marketing con lineamientos claros y estratégicos.

#### **7.1. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO**

Para un desarrollo eficiente se propone promocionar el entorno natural de los cuatro pisos ecológicos de la Región de Zongo tomando en cuenta las caídas de agua y el refugio de Dn. Pedro Domingo Murillo de manera que se pueda captar una mayor demanda al lugar.

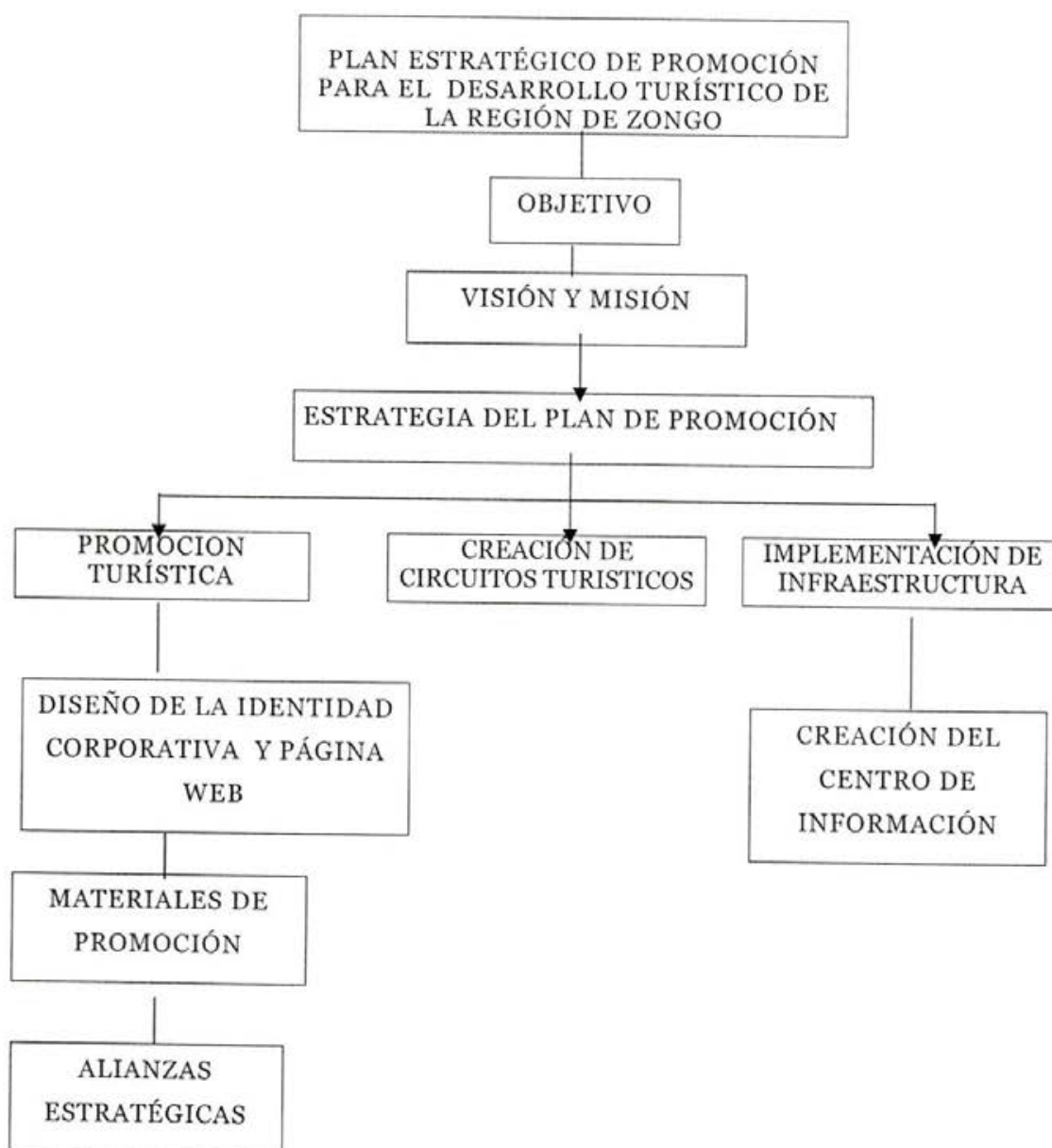
#### **7.2. ENTIDAD EJECUTORA DEL PLAN DE PROMOCIÓN**

La institución encargada de la ejecución del siguiente plan estará a cargo de la Sub-alcaldía del Distrito 23 de Zongo en coordinación con la Unidad de Turismo de la Alcaldía Municipal de La Paz y las entidades privadas juntamente con los comunarios de la región.

### 7.3. POBLACIÓN BENEFICIADA

El plan estratégico de promoción beneficiará directamente a la población de Zongo, proyectándose como un nuevo destino turístico de la ciudad de La Paz.

### 7.4. ORGANIGRAMA



### **7.5. OBJETIVO GENERAL**

Promocionar la región de Zongo a través de su recurso natural y exuberante belleza paisajística.

### **7.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Establecer alianzas estratégicas para una mejor difusión de los recursos que posee la Región de Zongo.
- ✓ Aprovechar el entorno natural para la elaboración de paquetes turísticos.

### **7.7. VISIÓN**

El plan para la región de Zongo es dar a conocerse en toda Bolivia en un mediano plazo.

### **7.8. MISIÓN**

Contribuir al desarrollo turístico de las comunidades de Zongo e incrementar el flujo de visitantes a la misma.

### **7.9. ESTRATEGIA DEL PLAN DE PROMOCIÓN**

La propuesta que se presenta a consideración es a fin de seguir el mejor camino para lograr resultados favorables, basándose en lineamientos claros en cuanto al plan se refiere, de esta manera se establece la estrategia de desarrollo que brinda alternativas para consolidar la oferta y la demanda turística; así también establecer la



estrategia de crecimiento con la que se pretende tomar decisiones sobre la calidad y cantidad del turismo que deseamos para la región de Zongo.

## **7.10. PROGRAMA 1**

### **“PROYECTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA”**

#### **7.10.1. LOCALIZACION**

- Distrito de Zongo
- Departamento: La Paz

#### **7.10.2. INTRODUCCIÓN**

La promoción turística es un instrumento imprescindible para promover atractivos, obtener una imagen positiva del lugar y para una comercialización adecuada.

La promoción turística es una actividad que genera la información necesaria para el desplazamiento de uno o varios individuos, quienes buscan descansar y conocer nuevos lugares; por lo que se hace la utilización de un sin número de agentes que dinamizan dicha actividad.

#### **7.10.3. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

En la actualidad la promoción turística va tomando un importante crecimiento debido a que la promoción consiste en persuadir, inducir e influir a la adquisición del producto turístico de acuerdo a las necesidades y expectativas de la demanda, pero a pesar de ello

no existe un uso adecuado de los instrumentos tanto que se sigue manejando los mecanismos tradicionales, donde sólo se exponen fotografías y un contenido de datos generales que no muestran un mensaje claro.

La región de Zongo posee recursos turísticos naturales y culturales con características inigualables que no son promocionados de manera efectiva en el mercado. Así mismo algunas agencias de viajes y empresas operadoras de servicios no consideran a la promoción como un instrumento generador de flujo turístico para Zongo, por lo que se conforman a comercializar con destinos ya conocidos.

#### **7.10.4. JUSTIFICACIÓN**

El programa de promoción turística está orientado a promover y posicionar una imagen positiva de Zongo a nivel nacional e internacional. Motivo por el cual, la promoción turística tiene el propósito de motivar el acto de la compra de un producto, la misma que sea de agrado para los futuros clientes.

La actividad turística requiere instrumentos de comunicación de tal manera que pueda inducir a la adquisición de un producto turístico de acuerdo a las necesidades y expectativas de los turistas ya sea por la edad, ingresos económicos, género, motivación y otros.

### **7.10.5. OBJETIVOS**

#### **7.10.5.1. OBJETIVO GENERAL**

Establecer una adecuada promoción de los atractivos turísticos de Zongo.

#### **7.10.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar las estrategias de promoción para generar mayor flujo turístico.
- Establecer los medios turísticos que faciliten una comunicación efectiva de los atractivos existentes en Zongo.
- Promover los diferentes atractivos de Zongo a través de los instrumentos de promoción.

### **7.10.6. INSTRUMENTOS ESTRATÉGICOS**

- Sistema informático, Internet
- Asistencia a eventos y/o ferias turísticas
- Revistas especializadas
- Guía Turística
- Alianzas estratégicas
- Material de apoyo



### 7.10.7. IDENTIDAD CORPORATIVA

#### “Imagen Corporativa Turística”

Símbolo



Logotipo



Slogan



#### **7.10.7.1. SISTEMA INFORMÁTICO, INTERNET**

En la actualidad el servicio de Internet es indispensable para la actividad turística, por la disponibilidad de obtener información al momento sobre los atractivos turísticos y programas de visita, facilitando de esta manera que la Región de Zongo pueda ser conocido a nivel mundial.

Este tipo de instrumento es efectivo por lo que requiere una información actualizada e inequívoca, donde los posibles turistas puedan realizar sus reservas de manera fiable y rápida.

Por consecuencia, se realiza el diseño de la página Web con la finalidad de brindar la información necesaria para el turista, dándole a conocer los diferentes servicios.

#### **“Pagina Web”**



Modelo TIN de elevacion  
Isotermas



- INICIO
- INFORMACIÓN
- ACCESO
- IMÁGENES
- MAPA
- PAQUETES TURÍSTICOS
- CONTACTOS

Zongo se encuentra en el Dpto. de La Paz tiene una temperatura variada entre los 0°C desde los Nevados hasta el trópico con 25°C que lo convierte en un paraíso Natural.

#### Biking

Si te gusta la emoción y la adrenalina, te invitamos a practicar la actividad del Biking en Zongo siendo que es uno de los lugares más aptos por su entorno natural.

#### Trekking

Disfruta del maravilloso paisaje y sus diversos climas durante la caminata por los diferentes pisos ecológicos, además de observar la variedad de flora y fauna.

#### Zongo Histórico

Durante el recorrido en bus disfruta de naturaleza así también de la historia de las Plantas de Energía Eléctrica, iglesias coloniales, y refugio de Dn. Pedro Domingo Murillo.



[www.zongobolivia.com.bo](http://www.zongobolivia.com.bo)



## **7.10.8. MATERIALES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA**

### **7.10.8.1. REVISTAS ESPECIALIZADAS**

Son una fuente de indudable valor para la geografía del turismo y hace referencia a regiones, ciudades o rutas que aparecen de forma regular en formato de artículo. El valor de la información ofrecida por este tipo de revistas está a medio camino entre la divulgación y la promoción. Su discurso es similar al ofrecido por los folletos turísticos, es decir, se plantean los valores más atractivos.

Existen dos tipos de revistas:

- Un tipo general: cuyos contenidos hacen referencia a ámbitos territoriales y al conjunto de los recursos. “National Geographic”.
- Un tipo temático: cuyo contenido es especializado por el tratamiento de contenidos ligados a los deportes de aventura.

De esta manera se pretende elaborar un artículo referente a la región de Zongo, la misma que se publicará en una de las revistas más reconocidas por toda la ciudadanía paceña refiriéndose así a la Revista “Escape” publicada por el periódico “La Razón” una de las más comercializada en nuestro medio.

### **7.10.8.2. GUÍA TURÍSTICA**

Material más conocido, cumple la función de informar y divulgar los recursos turísticos de diferentes espacios. Este instrumento permite obtener información turística y va dirigido a la demanda del turismo receptivo, donde se puede conocer sobre los paquetes y programas turísticos de Bolivia.

Una de las guías más conocidas a nivel mundial es “Lonely Planet” la cual es distribuida para cada país y viene editado en diferentes idiomas extranjeros, esta guía contiene información sobre Bolivia, atractivos turísticos, programas, operadores de turismo, servicios de hospedaje y alimentación.

Es esencial introducir a la Región de Zongo en esta guía en la sección relacionada con el Departamento de La Paz debido a que este instrumento es adquirido en su mayoría por la demanda extranjera que visita Bolivia.

#### **7.10.9. ELABORACIÓN DE MATERIAL DE APOYO**

El material de apoyo se constituye en un instrumento más para la promoción de un destino turístico, siendo su distribución de manera gratuita a las entidades como agencias de turismo, casetas de información turística, terminales terrestre y aéreo.

Se sugiere que el material de apoyo para promover la región de Zongo consista en folletería como:

##### **➤ Trípticos**

Un tríptico es un folleto de tres caras que se producen al plegar dos veces una hoja, es ideal para enumerar las ventajas, beneficios de un determinado servicio a promocionar. Estas piezas se utilizan para dar información en un espacio que, si bien no es sumamente amplio, permite incluir texto e imágenes. En ellas se combinan equilibradamente información y estética para reforzar las virtudes de los servicios ofrecidos por una empresa.

Es necesaria la elaboración de trípticos para la región de Zongo que contenga una información apropiada de la misma y al mismo tiempo que produzca un alto impacto visual al cliente.



# ZONGO

## NEVADOS Y TIERRA ADENTRO

### Características del lugar

- La región de Zongo está ubicado en el norte de la Ciudad de La Paz, se inicia desde la Cordillera Real con una altura de 4264 m.s.n.m. hasta la comunidad de Huaji a 941 m.s.n.m.
- Zongo tiene una temperatura variada entre los 0°C desde los Nevados hasta el trópico con 25°C que lo convierte en un paraíso Natural.
- Zongo se divide en cuatro pisos ecológicos, pradera altoandina, páramo yungueño, ceja de monte yungueño y el bosque húmedo tropical.

### Acceso

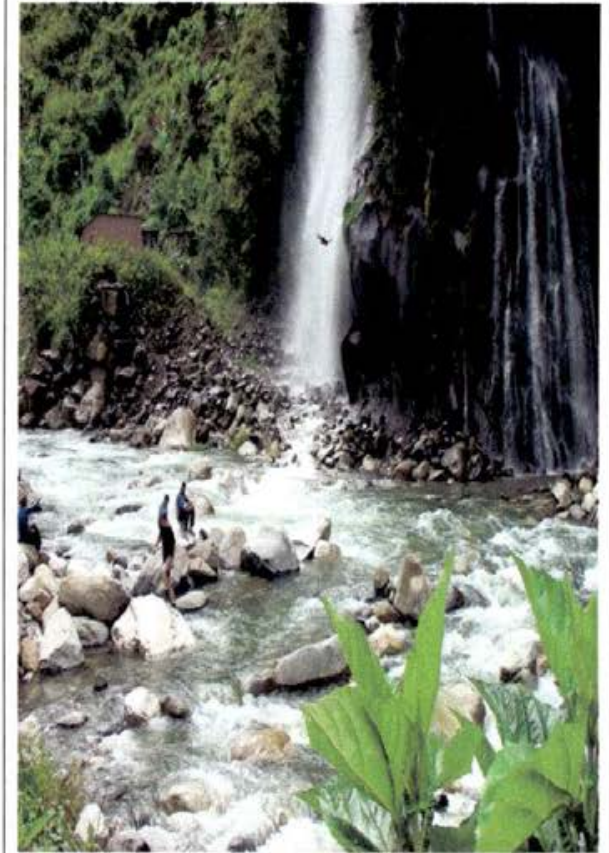
- El viaje se inicia desde la ciudad de el Alto, durante su recorrido se puede apreciar, un cementerio indígena, montañas, lagunas y bofedades impresionantes.

VEN Y DESCUBRE....



UN MARAVILLOSO  
PARAISO

ZONGO  
NEVADOS TIERRA ADENTRO





## ACTIVIDADES TURÍSTICAS

### Biking

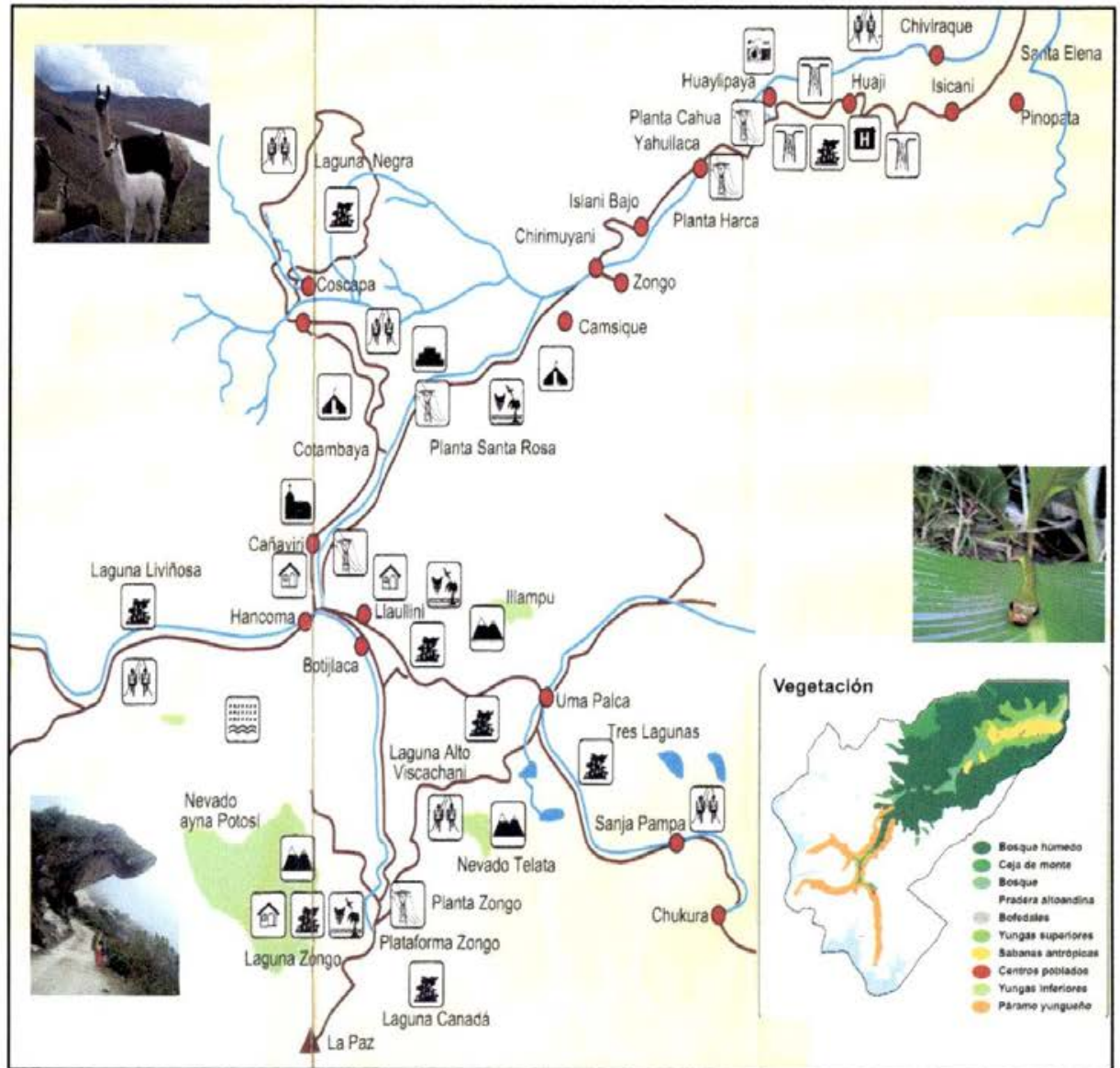
- Si te gusta la emoción y la adrenalina, te invitamos a practicar la actividad del Biking en Zongo siendo que es uno de los lugares más aptos por su entorno natural.

### Trekking

- Disfruta del maravilloso paisaje y sus diversos climas durante la caminata por los diferentes pisos ecológicos, además de observar la variedad de flora y fauna.

### Zongo Histórico

- Durante el recorrido en bus disfruta de la naturaleza así también de la historia de las Plantas de Energía Eléctrica, iglesias coloniales, y refugio de Dn. Pedro Domingo Murillo.
- Para tener un mayor conocimiento de la Región visite el Centro de Información.



➤ **Folletos turísticos**

Este tipo de folletos se caracteriza por su fácil edición y con más posibilidades de actualización a diferencia de las guías turísticas, es conveniente la elaboración de folletos de carácter temático donde se muestra la calidad del contenido.

➤ **Posters**

Este tipo de material de promoción se caracteriza por su alto impacto visual, se ha visto conveniente su elaboración para promocionar Zongo.

#### **7.10.10. ALIANZAS ESTRATÉGICAS**

La Alianza Estratégica es uno de los principales instrumentos que se produce entre dos o más actores sociales, quienes gracias al diálogo y a la detección de objetivos de consenso, pueden definir un Plan de Acción conjunto, para lograr beneficios de mutua conveniencia.

Para generar oportunidades de desarrollo en la región de Zongo en actividades turísticas, vemos conveniente llevar a cabo alianzas estratégicas con empresas privadas como ser la agencia “Full Turismo” “Nuevo continente” las cuales generarán beneficios directos e indirectos, incrementándose de esta forma el flujo turístico además el interés y el apoyo de otras entidades.

##### **7.10.10.1. ASISTENCIA A EVENTOS Y/O FERIAS TURÍSTICAS**

Las ferias tienen como objeto presentar los recursos naturales y culturales a los posibles consumidores directos o intermediarios, ofreciendo programas turísticos concretos y específicos. Siendo así que

estas se constituyen en una oportunidad de difusión y comercialización de la oferta y producto turístico.

Por lo consiguiente se ha visto necesario la participación de la región de Zongo en las diferentes ferias para promover sus diversos atractivos.

Se tiene las siguientes ferias de turismo:

<b>EVENTO</b>	Feria Internacional del turismo	Feria Internacional del turismo	Expogrup-Fextur
<b>FECHA</b>	25-28 agosto		
<b>AREA</b>	Turismo	Turismo	Turismo
<b>CIUDAD</b>	La Paz	Santa Cruz	Cochambamba
<b>INSTITUCION</b>	G.B.T (Guía turística de Bolivia).	F.I.T (Feria Internacional de turismo).	Feicobol- Cámara de Comercio
<b>LUGAR</b>	Circulo oficiales del Ejercito	Edificio Acadia	Recinto Feria de Alalay

Fuente: elaboración propia

Vemos conveniente la participación de Zongo en la Feria Internacional de Turismo (La Paz) organizada por la G.B.T. es la más adecuada para promover a Zongo como un destino potencial dentro de la ciudad de La Paz.



### 7.10.11. PRESUPUESTO DEL PROGRAMA

CUADRO N° 21

“Expresado en Bolivianos”

MECANISMO DE PROMOCIÓN	CANTIDAD	TOTAL
Registro de la marca turística		750.-
Página Web		1.000.-
Tripticos	1000	800.-
Folletos	1000	500.-
Posters	1000	1.700.-
<b>Total Gastos</b>		<b>4.750.-</b>
Participación en ferias		4950.-
<b>TOTAL</b>		<b>9.700.-</b>

Fuente: elaboración propia

### 7.10.12. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

CUADRO N° 22

ACTIVIDAD	MARZO				ABRIL				MAYO			
	SEMANA				SEMANA				SEMANA			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Diseño de la marca	■	■										
Diseño de la página Web			■	■	■							
Elaboración del tríptico					■	■						
Diseño de afiche y posters							■	■	■			

Fuente: elaboración propia

## **7.11. PROGRAMA 2**

### **“PROYECTO CREACIÓN DE CIRCUITOS TURÍSTICOS”**

#### **7.11.1. LOCALIZACIÓN**

- Distrito de Zongo
- Departamento: La Paz

#### **7.11.2. INTRODUCCIÓN**

En la actualidad la actividad turística ha desarrollado un importante crecimiento debido a las necesidades y expectativas de la demanda, por conocer nuevos destinos turísticos relacionados con la naturaleza. Y por las características que cuenta Zongo es posible la creación de nuevos circuitos turísticos que puedan satisfacer las necesidades del turista.

#### **7.11.3. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

Hoy en día se ha detectado muchas falencias entorno a la elaboración de circuitos, ya que en el pasado muchos de ellos tenían un enfoque mas general, pero en la actualidad la demanda es más exigente con expectativas más modernas, además de exigir tours en sitios naturales las cuales sean dinámicas y atractivas.

#### **7.11.4. JUSTIFICACIÓN**

Este programa tiene el fin de crear nuevos circuitos turísticos dando a conocer los diferentes atractivos naturales que tiene la Región de Zongo, siendo así que muchos desconocen la existencia del potencial turístico

que tiene la misma. Por ello se propone dos nuevos circuitos turísticos “Zongo Nevados tierra adentro”- “Zongo un día de Historia”.

#### 7.11.5. OBJETIVOS

##### 7.11.5.1. OBJETIVO GENERAL

Contribuir al desarrollo de la actividad turística de la región de Zongo con la creación de nuevos circuitos turísticos.

##### 7.11.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Satisfacer las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros que visiten la región.
- Desarrollar una actividad dinámica e integradora para disfrutar de la exuberante belleza paisajística.

#### 7.11.6. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

##### “CIRCUITO 1”

- **Recorrido:** *El Alto de La Paz – Mina Milluni - Llaullini Botijlaka - Cañaviri – Santa Rosa - Sainani – Chirimoyani - Zongo –Islani Bajo – Huaji.*
- **Denominación:** **“CIRCUITO ZONGO NEVADOS TIERRA ADENTRO”**
- **Vocación turística:** Turismo de naturaleza, ecoturismo, y de aventura.
- **Atributos:** 4 pisos ecológicos en menos de 3 horas. Uno de los desniveles más grandes del mundo; existencia de especies en extinción y endémicas.



- **Servicios actuales:**

- **Transporte:** Existe transporte público ofrecido por el Sindicato de Transportes “Zongo” que parte desde la zona Ballivián de la ciudad de el Alto.
- La frecuencia del servicio es una vez al día, tanto de ida (06:30 a.m.) como de vuelta, durante los siete días de la semana a un costo de Bs.13.-

**b) Alojamiento:**

**Refugio Wayna Potosí** que se encuentra próximo a la Laguna Milluni y es de propiedad privada.

- **El refugio “Llaullini”** ubicado en la Apacheta de Milluni, a pocos minutos del camino principal.
- **Refugio turístico “Cañaviri”** de propiedad municipal. Se encuentra ubicado sobre el camino, en la localidad del mismo nombre.
- El **“Hotel El grillo”**, alojamiento ubicado en la parte baja, específicamente en la localidad de Cahua Grande, al borde del camino.

**c) Alimentación:** Sólo existe un kiosco que se encuentra al lado izquierdo del camino, en la comunidad de Cañaviri; en el misma se puede encontrar gaseosas, café, galletas y se preparan almuerzo a solicitud (con alguna anticipación).

**Segmento de Mercado:** Mercado local, nacional e internacional.

**CIRCUITO 1**  
**“ITINERARIO - BIKING EN ZONGO”**

Horario de Salida	07:00 A.M.
Lugar de Salida	Recojo de su Hotel
Breve descripción del tour	Esta experiencia inolvidable se inicia desde la comunidad Botijlaca a una altura de 3.960 m.s.n.m. Al descender se puede disfrutar de un increíble escenario paisajístico que ofrece la región como, la vegetación, el río y las hermosas caídas de aguas donde puede se puede tomar fotografías, la duración del biking será aproximadamente de 5 horas concluyendo en la comunidad Huaji.
Duración del tour	Todo el día
Distancia	70 km.
Altura Máxima	4.600 m.s.n.m.
Altura Mínima	2.000 m.s.n.m.
Temperatura Media	Invierno 0 a 10°C Verano 12 a 23°C
Ubicación	Este de La Paz
Acceso	Abril- Diciembre
Grado de Dificultad	Moderado
Incluye:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transporte privado</li> <li>• Alimentación (refrigerio y almuerzo)</li> <li>• Guía Bilingüe (Ingles- Español)</li> <li>• Equipo de Bicicleta</li> <li>• Regalo polera, CD</li> </ul>
No Incluye:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alimentación adicional</li> </ul>
Recomendaciones	Llevar ropa abrigada para la parte alta, llevar protector solar y gafas de sol.

## TARIFA DEL PAQUETE

### “BIKING 1 DÍA”

PAX	1	2	3	4	5-6
Bs.	565	530	455	380	350
\$	75	75	65	55	50

Fuente: elaboración propia

### “ITINERARIO - TREKKING”

Horario de Salida	07:00 A.M.
Lugar de Salida	Recojo de su Hotel
Breve descripción del tour	El tour dará inicio en la comunidad Botijlaca a una altura de 3.960 m.s.n.m. hasta la comunidad de Huaji con una altura de 941 m.s.n.m. durante la caminata se podrá apreciar los cambios climáticos en los diferentes pisos ecológicos además de observar la variedad de flora y fauna en cada una de ellas en especial la toma de fotografías de la variedad de mariposas, natación, baños de agua en cascadas y ríos.
Duración del tour	2 Días y 1 Noches
Distancia	70 km.
Altura Máxima	4.600 m.s.n.m.
Altura Mínima	2.000 m.s.n.m.
Temperatura Media	Invierno 0 a 10°C Verano 12 a 23°C
Ubicación	Este de La Paz
Acceso	Abril- Diciembre
Grado de Dificultad	Moderado
Incluye:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transporte privado (ida y vuelta)</li> <li>• Alimentación (refrigerio y almuerzo)</li> <li>• Guía Bilingüe (Ingles- Español)</li> <li>• Equipo de Camping (Carpa-colchoneta) “pueblo de Zongo”</li> </ul>
No Incluye:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bebidas</li> </ul>
Recomendaciones	Llevar ropa abrigada para la parte alta, llevar zapatos cómodos, gorras, protector solar y gafas de sol.



## TARIFA DEL PAQUETE

### “TREKING 2 DIAS Y NOCHE”

PAX	1	2	3	4	5-6
Bs.	530	455	350	320	250
\$	75	65	50	45	35

Fuente: elaboración propia

### “CIRCUITO 2”

• **Recorrido:** Estancia Botijlaka – Comunidad Cañaviri – Zongo – El Encanto.

• **Denominación:** “ZONGO UN DIA DE HISTORIA”

• **Vocación turística:** Turismo Histórico, comunitario, cultural.

• **Atributos:** Recuperación y revalorización histórico.

• **Servicios actuales:**

a) **Transporte:** Existe transporte público ofrecido por el Sindicato de Transportes “Zongo” que parte desde la zona Ballivián de la ciudad de el Alto.

La frecuencia del servicio es una vez al día, tanto de ida (06:30 a.m.) como de vuelta, durante los siete días de la semana a un costo de Bs.13.-

b) **Alojamiento:** En Zongo desde la parte alta hasta el propio pueblo se cuenta con la siguiente infraestructura hotelera:

o **El refugio Wayna Potosí** que se encuentra junto a la Laguna Milluni y es de propiedad privada.

o **El refugio “Llaullini”** ubicado en la apacheta de Milluni, a pocos minutos del camino principal.

o **El Refugio turístico “Cañaviri”** de propiedad municipal. Se encuentra ubicado sobre el camino, en la localidad del mismo nombre.

**c) Alimentación:** Sólo existe un kiosco que se encuentra al lado izquierdo del camino, pasando Cañaviri.

- **Segmento de Mercado:** Mercado local, específicamente público juvenil.

## CIRCUITO 2

### “ITINERARIO - ZONGO HISTÓRICO”

Horario de Salida	07:30 A.M.
Lugar de Salida	Recojo de su Hotel
Breve descripción del tour	La aventura inicia con el viaje a Zongo pasando los nevados del Huayna Potosí (6.088)m.s.n.m. descendiendo hasta el pueblo de Zongo, durante el recorrido se visitará las mas importantes plantas de energía eléctrica de la empresa COBEE como también las iglesias coloniales ubicadas en la comunidad Cañaviri y el pueblo de Zongo lugar donde se encuentra el refugio de Dn. Pedro Domingo Murillo y un sin fin de historias y leyendas.
Duración del tour	1 día (12 horas )
Distancia	42 km.
Altura Máxima	4.600 m.s.n.m.
Altura Mínima	2.000 m.s.n.m.
Temperatura Media	Invierno 0 a 10°C Verano 12 a 23°C
Ubicación	Este de La Paz
Acceso	Abril- Diciembre
Grado de Dificultad	Moderado
Incluye:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transporte privado (ida y vuelta)</li> <li>• Alimentación (refrigerio y almuerzo)</li> <li>• Guía Bilingüe (Ingles- Español)</li> </ul>
No Incluye:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bebidas</li> </ul>
Recomendaciones	Llevar cámara fotográfica, gorras, protector solar y gafas de sol.

## TARIFA DEL PAQUETE

### “ZONGO HISTÓRICO”

PAX	1	2	3	4	5-6
Bs.	350	320	270	250	210
\$	50	45	38	35	30

Fuente: elaboración propia

## 7.12. PROGRAMA 3

### “PROYECTO CREACIÓN DE UN CENTRO DE INFORMACIÓN”

#### 7.12.1. LOCALIZACIÓN

- Distrito de Zongo
- Departamento: La Paz

#### 7.12.2. INTRODUCCIÓN

Por las características que presenta la Región de Zongo en cuanto a los recursos naturales y culturales ha nacido la idea de crear un Centro de información con el objetivo de promover dicha región, siendo esta una alternativa más para potenciar Zongo dentro de la actividad turística.

#### 7.12.3. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

En la actualidad en la Región de Zongo no existe un mecanismo de información al turista que pueda dar a conocer todos los atributos con los que cuenta la región, de ahí la necesidad de crear un centro de información que de a conocer de manera inmediata el entorno, además de crear una relación directa entre naturaleza y medio ambiente.



#### **7.12.4. JUSTIFICACIÓN**

El siguiente programa tiene por objetivo conseguir que las personas se acerquen a visitar y conocer de manera inmediata el entorno, las costumbres, el patrimonio cultural y natural que posee la región de Zongo y de esta manera difundir nuestro patrimonio fomentando las visitas a los distintos atractivos.

#### **7.12.5. OBJETIVOS**

##### **7.12.5 1. OBJETIVO GENERAL**

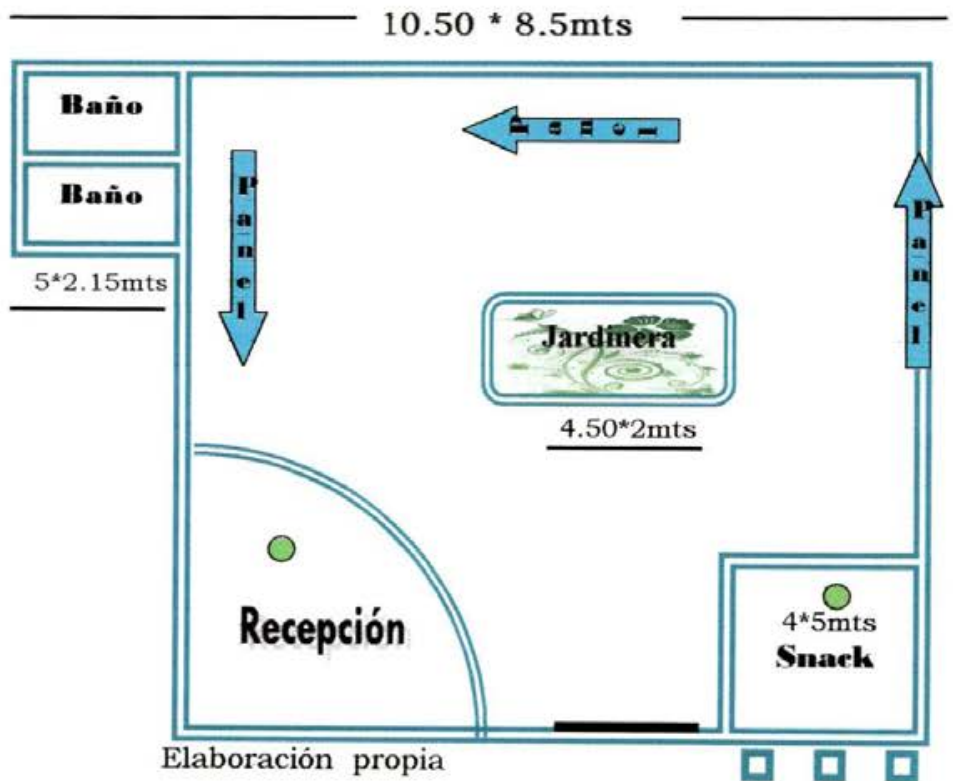
- Aportar al desarrollo turístico de la región de Zongo con la creación de un centro de información.

##### **7.12.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Despertar el interés de la población local para involucrarlos en la actividad turística.
- Incrementar la corriente turística interna a la región.

#### **7.12.6. DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

A continuación se tiene el plano de construcción del “Centro de Información de Zongo”.



La creación de este Centro de Información será para fortalecer la promoción turística de Zongo, la temática de este Centro gira entorno a la biodiversidad y medio ambiente.

“El Centro de Información Zongo” se construirá sobre la superficie de **100** mt<sup>2</sup>, se ubicará en la comunidad de Cañaviri cerca al Centro de Atención al Turista terreno que pertenece a la Sub-Alcaldía de Zongo.

Al interior del Centro de Información se ubicarán la recepción, donde se brindará la información y orientación necesaria acerca de todo lo

que ofrece la región, como ser información sobre alojamientos, eventos, actividades culturales, lugares para visitar además de la venta de mapas, postales y suvenirs. Asimismo se tendrán paneles donde se mostrará fotografías relacionadas con los atractivos más sobresalientes de la región como también las fotografías de flora y fauna existente en el lugar.

Para la comodidad del visitante se habilitará un pequeño snack dónde se expenderá alimentos como té, café, mates, refrescos, jugos, sándwich y variedad de dulces.

#### 7.12.7. PRESUPUESTO DEL PROGRAMA

##### CUADRO N° 23

#### INVERSIÓN ESTIMADA Y EQUIPAMIENTO

“Expresado en Bolivianos”

DETALLE	CANTIDAD	TOTAL
Edificación del centro		35.350.-
<b>TOTAL EDIFICACIÓN</b>		<b>35.350.-</b>
<b>EQUIPAMIENTO DEL CENTRO</b>		
Escritorio	1	500.-
Modulares	2	1.400.-
Sillas de escritorio	2	500.-
Bancas	2	60.-
Vitrinas	2	300.-
Paneles	3	1.050.-
Iluminaciones	6	210.-
Material de escritorio		450.-
<b>TOTAL EQUIPAMIENTO</b>		<b>4.470.-</b>



<b>EQUIPAMIENTO DEL SNACK</b>		
Estante de cocina y mesón	1	1.700.-
Sillas de snack	6	320.-
Cocina	1	350.-
Lava vajillas	1	410.-
Refrigerador	1	1.200.-
Licuadaora	1	350.-
Garrafa	1	250.-
Utensilios de cocina		550.-
<b>TOTAL EQUIPAMIENTO</b>		<b>5.130.-</b>
<b>EQUIPAMIENTO DE BAÑOS</b>		
Inodoro	2	500.-
Lava manos	1	180.-
Grifos	1	80.-
Espejo	1	70.-
<b>TOTAL EQUIPAMIENTO</b>		<b>830.-</b>
<b>SUELDOS Y SALARIOS DEL PERSONAL x MES</b>		
Recepcionista	1	600.-
Portero	1	450.-
<b>TOTAL SALARIOS</b>		<b>1050.-</b>
<b>TOTAL</b>		<b>46.830.-</b>

Fuente: elaboración propia

### 7.12.8. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

CUADRO N° 24

ACTIVIDAD	MES									
	M	J	J	A	S	O	N	D	E	
COMPRA DE MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN										
CONSTRUCCIÓN DEL CENTRO										
COMPRA DE MUEBLES Y ENSERES										
EQUIPAMIENTO DEL CENTRO										

Fuente: elaboración propia

### 7.13. FINANCIAMIENTO DEL PLAN DE PROMOCIÓN

CUADRO N° 25

#### INVERSIÓN ESTIMADA "Expresado en Bolivianos"

INSTITUCIONES	APORTE	FINACIAMIENTO
Gobierno Municipal de La Paz	Terreno (donación)	
Gobierno Municipal de La Paz	Maquinaria, equipos y vehiculo	6.500.-
Comunarios de la región de Zongo	Mano de obra (Construcción )	9.000.-
Organismo Internacional	Material de Construcción	26.350.-
Organismo Internacional	Equipamiento del centro de información (60%)	28.098.-
Sub-Alcaldía Zongo	Equipamiento del centro de información (40%)	18.732.-
Gobierno Municipal de La Paz	Mecanismos de promoción	9.700.-
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>		<b>98.380.-</b>

Fuente: elaboración propia

El presupuesto total para el Plan Estratégico de Promoción de la Región de Zongo asciende a Bs. **98.380.-**, en este presupuesto no se tomó en cuenta la compra del terreno para la construcción del “Centro Zongo” siendo que la misma será una donación por parte de la Sub Alcaldía del Distrito 23 de Zongo.





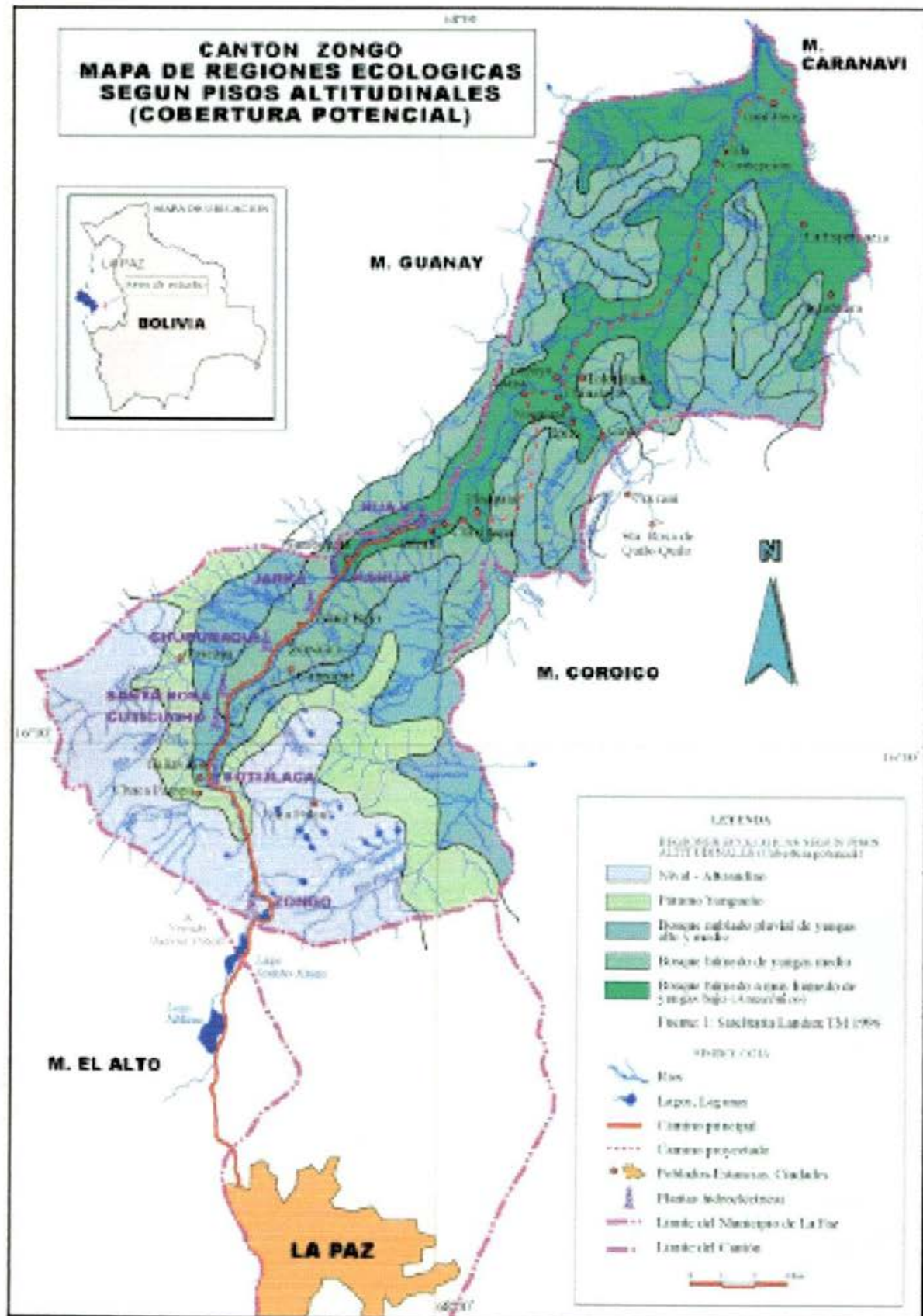
## **Bibliografía**

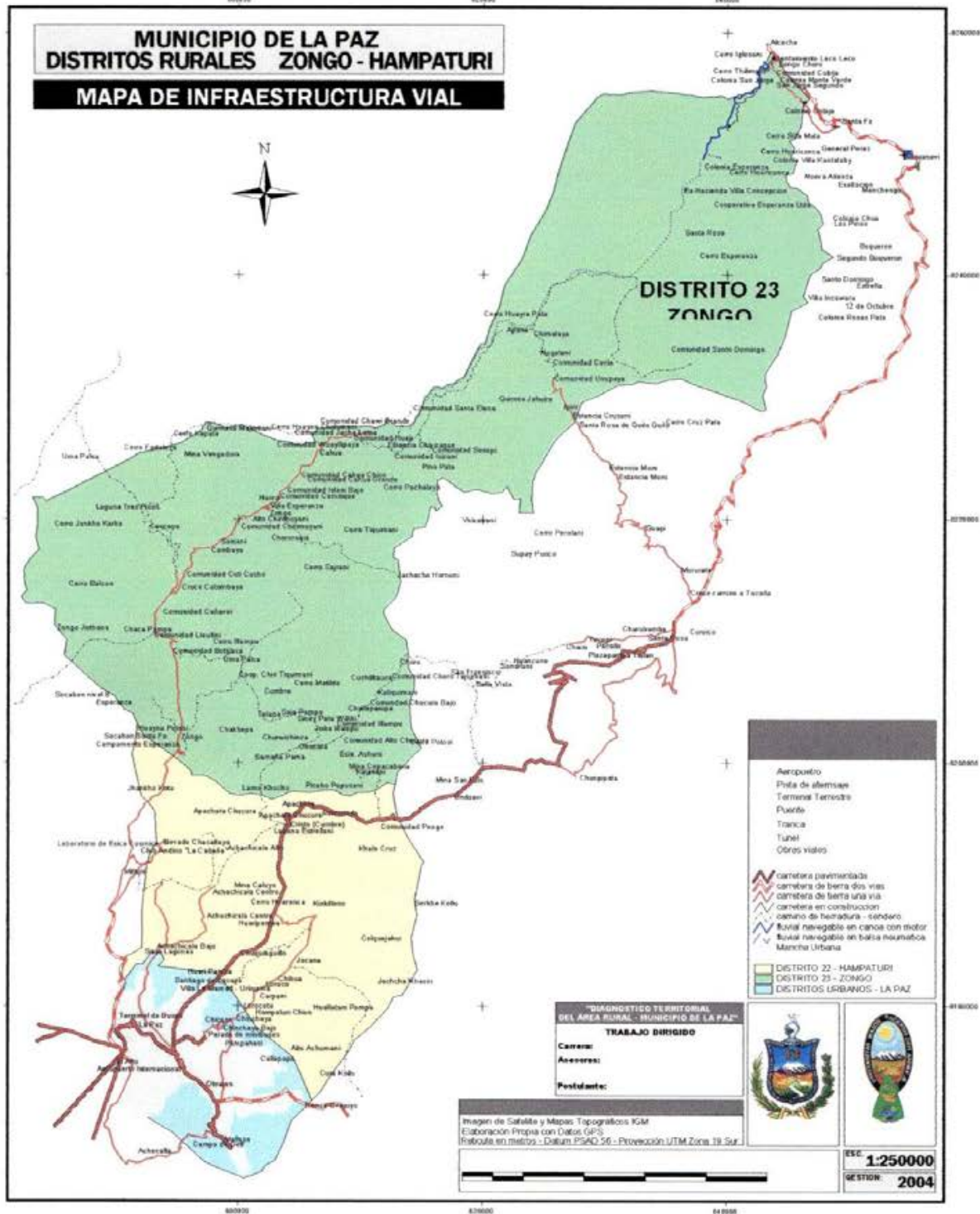
- ACERENZA, Miguel “Promoción Turística: un enfoque metodológico”
- SAMPIERE, Roberto Hernández y otros “Metodología de la investigación”, Ed. Mc Graw-Hill Interamericana, México; 1998
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, 2007
- TELLEZ, José Rodolfo “Legislación turística de Bolivia”, 2002
- HERGUETA, Patricia y Morales, Cecilia (Fds) “Libro Rojo de los Vertebrados de Bolivia”; CDC-Bolivia; 1996
- MESA, Carlos “Historia de Bolivia” séptima edición actualizada y aumentada Ed. Gisbert, Bolivia; 2007
- ABECIA, Valentín, “La genial Hipocresía de Don Pedro Domingo Murillo” La Paz Bolivia ; 1966
- BAPTISTA, Mariano “La Historia de Bolivia en Imágenes” Ed. Educacional, La Paz Bolivia; 1990
- SUB ALCALDIA DE ZONGO “Zongo marcado por la historia rumbo al Bicentenario”; 2008
- ARIAS, Doris “Técnica del Turismo”; 2006
- DOMINGUEZ, Eduardo “Bolivia nuestro gran país geografía y vida” Ed. Publicaciones Educativas, Bolivia; 2001
- VICEMINISTERIO DE TURISMO “Estadísticas de Turismo”, Compendio, 1996-2007
- VICEMINISTERIO DE TURISMO “Manual de Gestión Turística a nivel Local”
- GOBIERNO MUNICIPAL DE LA PAZ “Plan de Desarrollo Municipal”; 2005

- COOPERACION ARCMANA, "Planificación de proyectos orientada a objetivos"
- GOBIERNO MUNICIPAL DE LA PAZ "Plan de desarrollo municipal" separata N°1 junio; 2006
- LEY DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA, Ed. U.P.S., Bolivia; 2003
- DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA "Proyectos de desarrollo turístico en áreas rurales del Municipio de La Paz "
- ESPINOZA, Waldemar "La Rebelión de los coccaleros nativista de Songo y Challana", 1623-1624
- <http://www.mitecnologico.com/Main/PlanteamientoProblemaDefinicionArbolDelProblema>
- <http://www.everyculture.com/A-Bo/Bolivia.html>
- [2Espinoza%2BSoriano%252C%2BWaldemar.%2522%26qt%3Dsearch\\_author&rurl=translate.google.com.bo&usg=ALkJrhhmvc8MhFOZxInokuTqzpgmehcZUw](http://www.translate.google.com/translate?hl=es&sl=es&u=http://www.mitecnologico.com/Main/PlanteamientoProblemaDefinicionArbolDelProblema&usq=ALkJrhhmvc8MhFOZxInokuTqzpgmehcZUw)

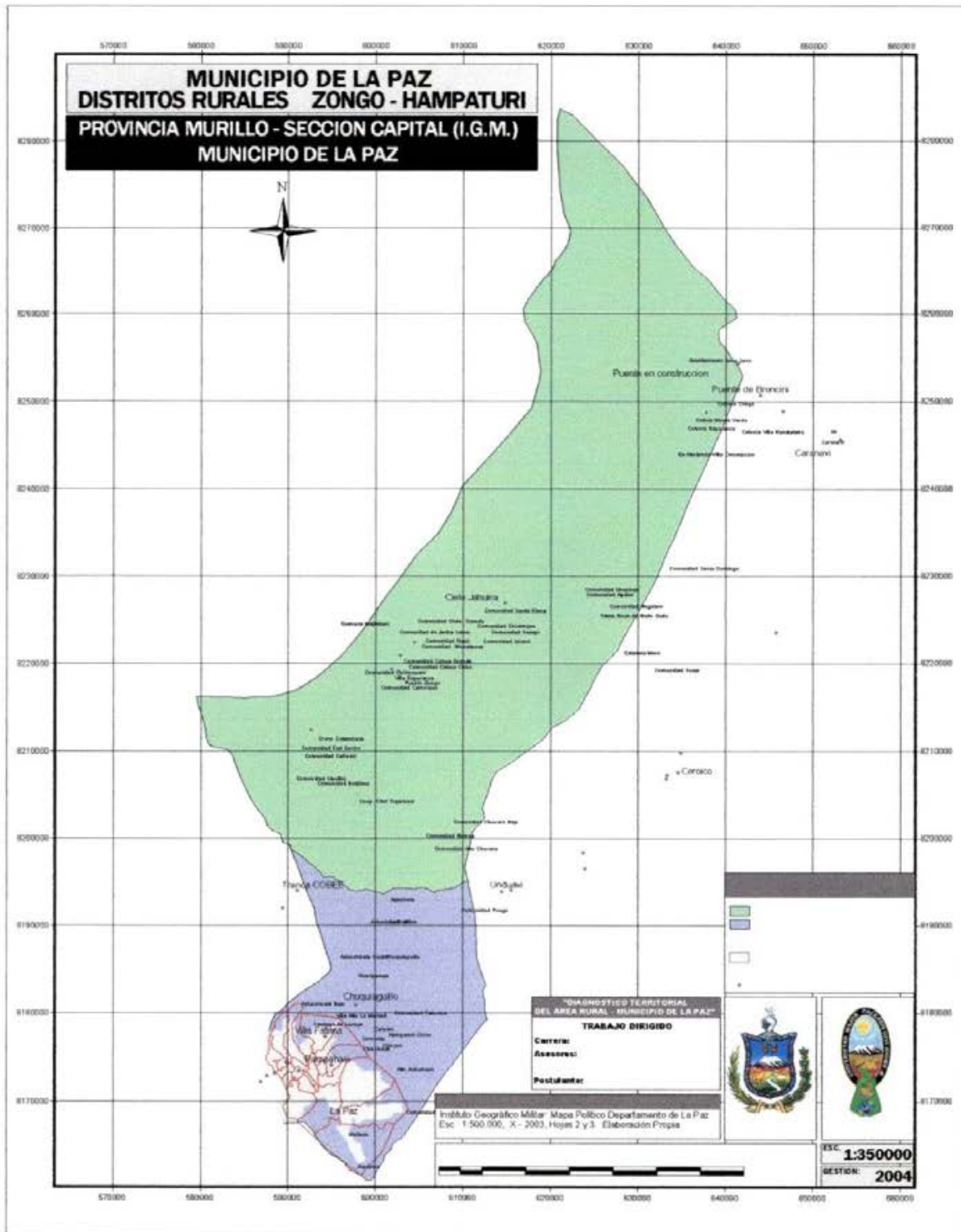
ALLEN







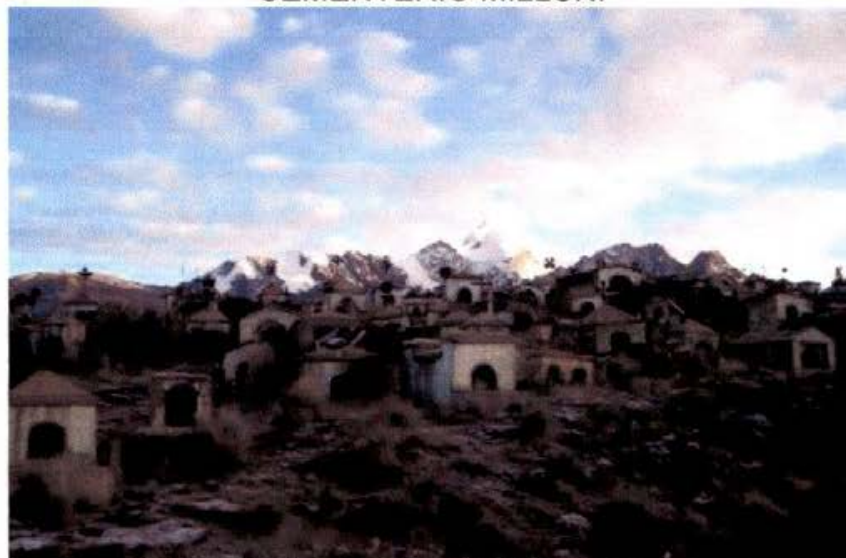
FUENTE: SUB-ALCALDIA DE ZONGO



FUENTE: SUB-ALCALDIA DE ZONGO



## CEMENTERIO MILLUNI



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

## PUEBLO DE ZONGO



FUENTE: SUB-ALCADIA DE ZONGO

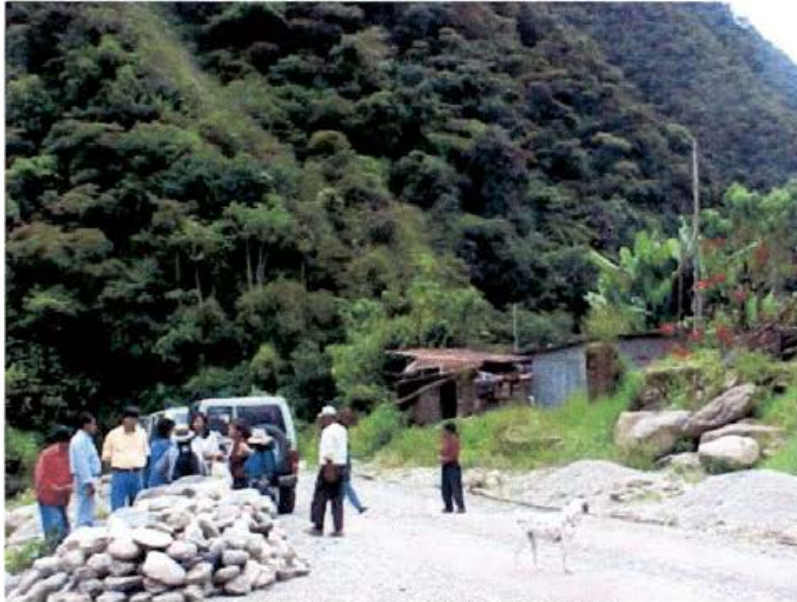


IGLESIA SANTA MARIA ASUNTA



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

COMUNIDAD DE CAHUA GRANDE



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

## COMUNIDAD BOTIJLACA



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA



FAUNA SILVESTRE



FUENTE: SUB-ALCALDIA DE ZONGO

CAIDA DE AGUA



FUENTE: SUB-ALCALDIA DE ZONGO



PUEBLO DE ZONGO



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

## LISTA DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>CLASIFICACION</b>	<b>JERARQUIA</b>
1	Cerro Escalera	1.1.2.	1
2	Cerro Lampu Tiquimani	1.1.2.	1
3	Nevado Huayna Potosí	1.1.3.	2
4	Nevada Telata	1.1.3.	1
5	Cerro Murukhollo	1.1.5.	1
6	Loma Calvario	1.1.7.	1
7	Loma del Encanto	1.1.7.	1
8	Loma Islani Alto	1.1.7.	1
9	Loma Jacha Cruz	1.1.7.	1
10	Loma Jisca Cruz	1.1.7.	1
11	Loma Pacha Laca	1.1.7.	1
12	Loma Zongo	1.1.7.	1
13	Meseta Chirini	1.2.7.	1
14	Valle glaciár	1.2.7.	1
15	Bofedales Acueducto	1.2.7.	1
16	Bofedales Zongo	1.2.7.	1
17	Bosque de Xenua	1.3.4.	1
18	Bosque Nublado	1.3.4.	1
19	Laguna Lanada	1.4.1.	1
20	Laguna Liviñosa	1.4.1.	1
21	Laguna Negra	1.4.1.	1
22	Laguna Tuni	1.4.1.	1
23	Laguna Viscachani	1.4.1.	1
24	Laguna Wara Warani	1.4.1.	1
25	Laguna Zongo	1.4.1.	1
26	Tres Lagunas	1.4.1.	1
27	Río Cielo Jauría	1.5.1.	1
28	Río Coscapa	1.5.1.	1
29	Río Jariñas	1.5.1.	1
30	Río Huaji Jauría	1.5.1.	1
31	Río Zongo	1.5.1.	2
32	Caída de agua 4	1.5.5.	1
33	Caída de agua 2	1.5.5.	1
34	Caída de agua 1	1.5.5.	1
35	Caída de agua 3	1.5.5.	1
36	Caída de agua 5	1.5.5.	1
37	Caída de agua 6	1.5.5.	1
38	Aguas termales de Janco Huma	1.7.2.	1
39	Ruta Tuni Condoriri -Llaullini	1.11.1	1
40	Ruta Coscada	1.11.1	1
41	Ruta Coscada Laguna Negra	1.11.1	1
42	Ruta Cotambaya-Huaylipaya	1.11.1	1
43	Ruta Huaji-Santa Rosa	1.11.1	1
44	Ruta Cahua-Santa Rosa	1.11.1	2
45	Ruta Lauullini-Chucura	1.11.1	2
46	Ruta Plataforma-Botijlaca	1.11.1	1
47	Ruta Plataforma Humapalca	1.11.1	1
48	Ruta Zongo -Cahua	1.11.1	1
49	Sendero Acueductos Bofedales	1.11.1	1
50	Sendero en Canto Loma	1.11.1	1

Fuente: Asociación Trópico 1998

ENTREVISTA AUTORIDADES DE ENTIDADES PUBLICAS

NOMBRE: \_\_\_\_\_

CARGO: \_\_\_\_\_

1.- ¿La sub alcaldía cuenta con un plan de desarrollo turístico para la región de Zongo?

3.- ¿Se ha organizado algún evento turístico en el Distrito 23 de Zongo?

4.- ¿cuales son las principales dificultades para que el turismo no genere mayores beneficios en la Región?

5.- ¿En cuanto a la relación entre su entidad, comunarios y las empresas existe alguna coordinación para desarrollar turísticamente a la región de Zongo?

6.- ¿Que atractivos potenciales existe en su Distrito?

8.- ¿Cual es el porcentaje destinado para impulsar la actividad turística?

7.- ¿Hemos podido observar que la carretera tiene apertura solo hasta la comunidad de Huaji. ¿Se tiene algún proyecto para ampliar la misma y así poder acceder a las demás comunidades del norte de Zongo?



ENTREVISTA AUTORIDADES DE ENTIDADES PUBLICAS

NOMBRE: \_\_\_\_\_

CARGO: \_\_\_\_\_

1.- Durante su gestión que proyectos se han elaborado para promover turísticamente la región de Zongo?

2.- ¿Cuales son las acciones que se realizan para incrementar el flujo turístico en la región de Zongo?

3.- ¿Cual es la visión que se tiene proyectada de la actividad turística de la región de Zongo?

4.- ¿En cuanto a la relación entre su entidad y la sub-alcaldía de Zongo existe alguna coordinación para desarrollar turísticamente a la región?

NOMBRE DE LA AGENCIA DE VIAJES: \_\_\_\_\_

UBICACIÓN: \_\_\_\_\_ TELEFONO: \_\_\_\_\_

COUNTER: \_\_\_\_\_

1. ¿Qué paquetes turísticos ofrece la agencia?

---

---

2. ¿Cuál es el paquete turístico que tiene mayor demanda y por que?

---

---

3. ¿De que nacionalidad son los turistas, que requieren sus servicios?

Europa     Norteamérica     Sudamérica     Otros

4. ¿Cuáles son los destinos con mayor demanda en la ciudad de La Paz?

---

---

5. ¿Cual es la edad promedio de los turistas que solicitan sus servicios?

18-27     28-36     37-45

6. ¿Cómo se informan los turistas sobre los destinos turísticos?

Internet     Guías     Revistas     Otros

7. ¿Su empresa ofrece algún paquete o servicio hacia el distrito de Zongo?

Sí     No

8. ¿Sí ofrece que tipo de actividad oferta?

---

---

## SONDEO A LA CIUDADANÍA DE LA PAZ

1.- ¿Sabia usted que en la época de la Revolución el Refugio de Dn. Pedro Domingo Murillo se encontraba en la Región de Zongo? ¿Sabia usted que esta zona presenta una gran belleza paisajística?

2.- Tiene conocimiento de la existencia de la región de Zongo?


3.- ¿Le gustaría saber más acerca de la Región de Zongo?

4.- ¿Ha visitado alguna vez la región de zongo?



# ATRACTIVO: NEVADO HUAYNA POTOSÍ


## FICHA N° 1.2

UBICACIÓN:				FOTOGRAFÍA	
Departamento	La Paz	Provincia:	Murillo		
Sección/Cantón:	Zongo	Sitio de referencia:	El Ato		
ACCESIBILIDAD:					
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Calidad	Distancia (Km.)	Tiempo (Min.)
El Ato	Tranca de Milum	Ripa	Mala		
TRANSPORTE:				Bus	
ESTADO ACTUAL DEL ATRACTIVO:				Abn	
ACTIVIDADES RELACIONADAS AL ATRACTIVO			EQUIPAMIENTO URBANO		
Fotografía Montañismo Escalada			EQUIPAMIENTO URBANO		
			RIESGOS DE IMPACTO AMBIENTAL:		
DESCRIPCIÓN DEL RECURSO:					
<p>El Huayna Potosí (6,080 m.s.n.m) es uno de los nevados por encima de los seis mil metros de más fácil acceso de todos los grandes nevados de Bolivia.</p> <p>El Campo base se instala generalmente en el área que comprende a la Represa de Zongo, aproximadamente a 4.700 m.s.n.m., en este mismo sector se hallan dos refugios privados que albergan cómodamente a turistas y montañistas.</p> <p>De este lugar se inician los ascensos, a dos de los picos principales del nevado en su flanco sur, así como otros vertientes y picos menores. La Carretera de este atractivo para los escaladores tiene un acceso relativamente cómodo.</p>					
PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA PARA LLEGAR AL ATRACTIVO:					
Tipo de ropa		Abrigado, especial para escalada de montaña			
Precauciones médicas					
PISO ECOLÓGICO		Albaterino			
NIVEL DE INVERSIÓN:					
Ninguno					

FUENTE: GOBIERNO MUNICIPAL DE LA PAZ

# ATRACTIVO: LAGUNA MILLUNI


## FICHA N° 1.3

<b>UBICACIÓN:</b>						<b>FOTOGRAFÍA</b> 
Departamento: La Paz		Provincia: Murillo				
Sección/Cantón:		Sitio de referencia: El Ato				
<b>ACCESIBILIDAD:</b>						
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Calidad	Distancia (Km.)	Tiempo (Min.)	
Trancho de Milluni	Refugio Huayna Potosí	Ripo	Medio		2	
<b>TRANSPORTE:</b> Bus						
<b>ESTADO ACTUAL DEL ATRACTIVO:</b> Alto						
<b>ACTIVIDADES RELACIONADAS AL ATRACTIVO</b>			<b>EQUIPAMIENTO URBANO</b>			
Fotografía Observación del paisaje						
			<b>RIESGOS DE IMPACTO AMBIENTAL:</b> Contaminación de aguas superficiales			
			<b>DESCRIPCIÓN DEL RECURSO</b> La laguna de Milluni se encuentra a los pies del Nevado Huayna Potosí, su mayor atractivo es el color del agua y la vista del nevado. En esta laguna se encuentra el Refugio Huayna Potosí			
<b>PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA PARA LLEGAR AL ATRACTIVO:</b>						
Tipo de ropa: Abrigado, especial para escaltos de montaña						
Precauciones médicas:						
<b>RISO ECOLÓGICO:</b> Alto						
<b>NIVEL DE INVERSIÓN:</b> Ninguno						

FUENTE: GOBIERNO MUNICIPAL DE LA PAZ

# ATRACTIVO: TIQUIMANI


## FICHA N° 1.4

<b>UBICACIÓN:</b>		<b>FOTOGRAFÍA:</b>			
Departamento:	La Paz	Provincia:	Murillo		
Sección/Cantón:	Zongo	Sitio de referencia:	La Paz		
<b>ACCESIBILIDAD:</b>					
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Calidad	Distancia (Km.)	Tiempo (Min.)
Apacheta	Tiquimani				
<b>TRANSPORTE:</b> No existe					
<b>ESTADO ACTUAL DEL ATRACTIVO:</b>		Alto			
<b>ACTIVIDADES RELACIONADAS AL ATRACTIVO</b>			<b>EQUIPAMIENTO URBANO:</b>		
Fotografía					
Montañismo					
Escala					
<b>RIESGOS DE IMPACTO AMBIENTAL:</b>			<b>DESCRIPCIÓN DEL RECURSO:</b>		
			<p>El Tiquimani, de 5.519 m s.n.m., es una hermosa montaña situada al este del Huayna Potosí el cual parece ser el guardián del valle de Zongo.</p> <p>Esta constituido por un frente piramidal alargado hacia el cielo y junta sus aristas y crestas por encima del resto del cuerpo cuya prolongación hacia el este tiene forma de un escudo de 1.000 metros de alto.</p> <p>Tiene una cara sur vertical, la cual no es tan alta pero si de gran dificultad técnica tiene una amplitud de 3 km. de ancho y es un pequeño macizo muy complejo por sus estructuras combinadas entre rocas y hielos en su parte occidental. Su desnivel es de 1.200 a 1.800 m.</p> <p>El Tiquimani es un referente fundamental en el mundo del andinismo; pocas personas se medieron en sus paredes, corredores de hielos e hileras compactas que recorren su frente sur, sureste y suroeste.</p>		
<b>PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA PARA LLEGAR AL ATRACTIVO:</b>					
Tipo de ropa	Abrigada				
Precauciones médicas					
PRIO BIOLÓGICO	Alto/medio				
<b>NIVEL DE INVERSIÓN:</b>	Ninguno				

FUENTE: GOBIERNO MUNICIPAL DE LA PAZ




**ATRACTIVO: ESTANCIA BOTIJLACA**  
**FICHA N° 1.5**

<b>UBICACION:</b>						<b>FOTOGRAFIA:</b> 
Departamento: La Paz		Provincia: Murillo				
Sección/Cantón: Zongo		Sitio de referencia: Ciudad de La Paz				
<b>ACCESIBILIDAD:</b>						
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Calidad	Distancia (Kms.)	Tiempo (Min.)	
Apacheta	Estancia Botijaca	Ripio	Medio			
<b>TRANSPORTE:</b> Terrestre						
<b>ESTADO ACTUAL DEL ATRACTIVO:</b> Medio						
<b>ACTIVIDADES RELACIONADAS AL ATRACTIVO</b>			<b>EQUIPAMIENTO URBANO:</b>			
Fotografía						
Trekking						
Observación de flora						
<b>RIESGOS DE IMPACTO AMBIENTAL:</b>			<b>DESCRIPCIÓN DEL RECURSO:</b>			
Generación de basura			La estancia Botijaca se caracteriza por presentar flora típica de la puna noroesteña y construcciones de piedra que enriquecen el paisaje.  Desde aquí se desprende un camino que sube a las estribaciones orientales de la cordillera, para dirigirse hacia Humapaka y posteriormente hasta Chukura.			
<b>PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA PARA LLEGAR AL ATRACTIVO:</b>						
Tipo de ropa						
Precauciones médicas						
<b>NIVEL ECOLÓGICO:</b> Puna noroesteña						
<b>NIVEL DE INVERSIÓN:</b> Ninguno						

FUENTE: GOBIERNO MUNICIPAL DE LA PAZ



**ATRACTIVO: JANKOHUMA**  
**FICHA N° 1.7**

<b>UBICACION:</b>		<b>FOTOGRAFIA:</b>			
Departamento:	La Paz	Provincia:	Murillo		
Region/Canton:	Zongo	Sitio de referencia:	Ciudad de La Paz		
<b>ACCESIBILIDAD:</b>					
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de via	Calidad	Distancia (Km.)	Tiempo (Min.)
Estancia Botijaca	Llullini	Ripio	Medio		2
<b>TRANSPORTE:</b> Terrestre					
<b>ESTADO ACTUAL DEL ATRACTIVO:</b> Medio					
<b>ACTIVIDADES RELACIONADAS AL ATRACTIVO</b>			<b>EQUIPAMIENTO URBANO:</b>		
Trekking					
			<b>RIESGOS DE IMPACTO AMBIENTAL:</b>		
			Generacion de residuos solidos		
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO:</b>					
A 2 minutos de la Estancia de Botijaca se encuentra Llullini, un lugar desde el cual se puede acceder al valle de Jankohuma el cual conecta con otro camino posiblemente precolumbino o ramal que comunica con otro principal.					
<b>PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA PARA LLEGAR AL ATRACTIVO:</b>					
Tipo de ropa					
Preparaciones medicas					
<b>PIEDÉ ECOLÓGICO</b> Funa nortista					
<b>NIVEL DE INVERSIÓN:</b> Ninguno					

FUENTE: GOBIERNO MUNICIPAL DE LA PAZ


# ATRACTIVO: OSO ANDINO - JUCUMARI

## FICHA N° 1.8

UBICACIÓN:				FOTOGRAFÍA	
Departamento	La Paz	Provincia	Murió		
Sección/Cantón	Zongo	Sitio de referencia	Ciudad de La Paz		
ACCESIBILIDAD:					
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Calidad	Distancia (Km.)	Tiempo (Min.)
Cafaviri	Mirador	Sendero			
TRANSPORTE:					
ESTADO ACTUAL DEL ATRACTIVO:					
ACTIVIDADES RELACIONADAS AL ATRACTIVO			EQUIPAMIENTO URBANO:		
Fotografía					
Observación					
<p>Ubicación: Bosque montano altoandino y se lo ve con mayor frecuencia entre Cafaviri y Santa Rosa.</p> <p><b>DESCRIPCIÓN DEL RECURSO:</b></p> <p><u>Apariencia, altura y sexo:</u> Este oso lanudo tiene un pelaje grueso y sedoso, con una mancha más clara que va desde la cara hasta el pecho. Los "antecojos" alrededor de sus ojos pueden variar ampliamente. Los osos andinos adultos alcanzan una altura de hombros de 70 a 80 centímetros, lo que los convierte en los "osos reales" más pequeños que existen hoy en día. Las hembras pesan unos 85 kilogramos y los machos llegan hasta 200.</p> <p><u>Alimentación:</u> Este oso, que se encuentra activo durante el día y el crepúsculo, tiene una dieta básicamente vegetariana. Se alimentan de frutos, laureles, hojas jóvenes, brotes de palmeras, semillas y hierbas. Las pupas, una clase de bromelia, son su comida favorita. Esta planta espesa, florece únicamente una vez, produciendo abundante azúcar cuando lo hace, lo que lo convierte en una especialidad para el oso andino.</p> <p><u>Modo de vida:</u> El osito andino es un excelente escalador. Pasa mucho de tiempo en la copa de los árboles, durmiendo en huecos o en nidos que él mismo construye. Por otra parte, estos escaladores de montaña de la familia de los grandes osos, vagan entre los bosques nubados y las zonas del altiplano. A diferencia de muchas otras especies de grandes osos, los andinos no hibernan durante el invierno.</p>					

FUENTE: GOBIERNO MUNICIPAL DE LA PAZ

**ATRACTIVO: ISLANI BAJO**  
**FICHA N° 1.13**

<b>UBICACION:</b>						<b>FOTOGRAFIA:</b> 
Departamento: La Paz		Provincia: Murillo				
Sección/Cantón: Zongo		Sitio de referencia: Ciudad de La Paz				
<b>ACCESIBILIDAD:</b>						
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Calidad	Distancia (Km.)	Tiempo (Min.)	
Chirimojani	Islani Bajo	Ripio	Medio		15	
<b>TRANSPORTE:</b> Terrestre						
<b>ESTADO ACTUAL DEL ATRACTIVO:</b> Medio						
<b>ACTIVIDADES RELACIONADAS AL ATRACTIVO</b>			<b>EQUIPAMIENTO URBANO:</b>			
Observación de paisaje						
Trekking						
Etnoturismo						
			<b>RIESGOS DE IMPACTO AMBIENTAL:</b>			
			Contaminación Acústica			
Latitud Sur: 16° 05' 07" Longitud Oeste: 68° 02' 30" Altura: 1.670 m.s.n.m.						
<b>PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA PARA LLEGAR AL ATRACTIVO:</b>						
<b>Tipo de ropa:</b> Liviana						
<b>Precauciones médicas:</b> Resaca						
<b>PISO ECOLÓGICO:</b> Bosque Montano						
<b>NIVEL DE INVERSIÓN:</b> Bajo						
<b>DESCRIPCIÓN DEL RECURSO:</b>						
Islani bajo es una comunidad tranquila y pintoresca. Destaca mucho la flora endémica de la zona y el conocimiento de la comunidad para usos medicinales, comida y otros.						

FUENTE: GOBIERNO MUNICIPAL DE LA PAZ



# ATRACTIVO: IGLESIA ADVENTISTA - CHIRIMOYANI

## FICHA N° 1.15

### UBICACIÓN:

Departamento:	La Paz	Provincia:	Murillo
Sección/Cantón:	Zongo	Sitio de referencia:	Ciudad de La Paz

### ACCESIBILIDAD:

Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Calidad	Distancia (Km.)	Tiempo (Min.)
Churruacul	Chirimoyani	Ripio	Medio		15

TRANSPORTE:	Terrestre
-------------	-----------

ESTADO ACTUAL DEL ATRACTIVO:	Buena
------------------------------	-------

### ACTIVIDADES RELACIONADAS AL ATRACTIVO

- Observación de Paisaje.
- Fotografía.
- Turismo Histórico Cultural.
- Trekking.

### EQUIPAMIENTO URBANO:

--

### RIESGOS DE IMPACTO AMBIENTAL:

--

Latitud Sur	16° 03' 50"
Longitud Oeste	69° 03' 21"
Altura	1.870 m.s.n.m.

### PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA PARA LLEGAR AL ATRACTIVO:

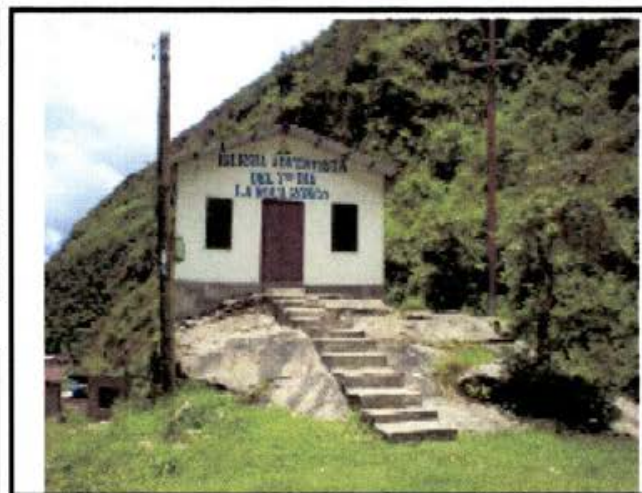
Tipo de ropa	Liviana
--------------	---------

Precauciones médicas	
----------------------	--

PIED ECOLÓGICO	Bosque Montano
----------------	----------------

NIVEL DE INVERSIÓN:	Ninguno
---------------------	---------

### FOTOGRAFIA:




### DESCRIPCIÓN DEL RECURSO:

La Iglesia Adventista de Chirimoyani destaca por haber sido construida sobre un gigantesco peñón.

FUENTE: GOBIERNO MUNICIPAL DE LA PAZ





**ATRATIVO: CEMENTERIO MILLUNI**  
**FICHA N° 2.1**

<b>UBICACION:</b>						<b>FOTOGRAFIA:</b> 
Departamento: La Paz			Provincia: Murillo			
Sección/Cantón:			Sitio de referencia: El Ato			
<b>ACCESIBILIDAD:</b>						
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Calidad	Distancia (Kms.)	Tiempo (Min.)	
El Ato	Cementerio Milluni	Riño	Medio			
<b>TRANSPORTE:</b> Bus						
<b>ESTADO ACTUAL DEL ATRACTIVO:</b> Bajo						
<b>ACTIVIDADES RELACIONADAS AL ATRACTIVO</b>			<b>EQUIPAMIENTO URBANO:</b>			
Fotografía Información Histórica acerca de la actividad Minera						
			<b>RIESGOS DE IMPACTO AMBIENTAL:</b> Por efectos del funcionamiento de la mina se observan los siguientes impactos en los alrededores del cementerio: Aire: olor Agua: Contaminación en aguas superficiales Suelo: Nutrientes			
<b>DESCRIPCIÓN DEL RECURSO:</b>						
El cementerio se encuentra situado a 4.450 m s.n.m. y presenta una hermosa vista del Nevado Huayra Potosí.  Este cementerio pertenece a la población minera de Milluni y muestra gran atractivo por su dilatado tamaño y apariencia de una lejana población desde la distancia.  Está dividido en dos partes, con la manifiesta intención de que cada nicho se pareciera a una pequeña casa, con su techo de calamina incluida.						
Latitud Sur	16° 10' 19"					
Longitud Oeste	68° 09' 00"					
Altura	4.620 m.s.n.m					
<b>PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA PARA LLEGAR AL ATRACTIVO:</b>						
Tipo de ropa						
Precauciones médicas						
PISO ECOLÓGICO: Abandono						
<b>NIVEL DE INVERSIÓN:</b> Bajo						

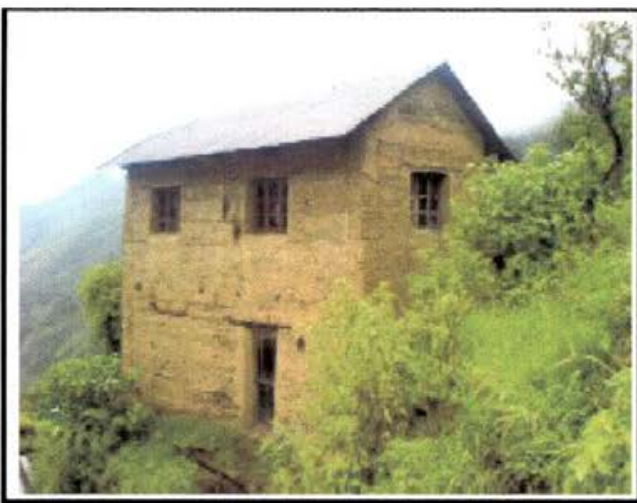
FUENTE: GOBIERNO MUNICIPAL DE LA PAZ

**ATRACTIVO: IGLESIA SANTA MARIA ASUNTA - CAÑAVIRI**  
**FICHA N° 2.6**

<b>UBICACIÓN:</b>						<b>FOTOGRAFÍA:</b> 
Departamento: La Paz		Provincia: Muro				
Sección/Cantón: Zongo		Sitio de referencia: Ciudad de La Paz				
<b>ACCESIBILIDAD:</b>						
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Calidad	Distancia (Km.)	Tiempo (Min.)	
Liquián	Cañaviri	Reco	Medio		5	
<b>TRANSPORTE:</b> Terrestre						
<b>ESTADO ACTUAL DEL ATRACTIVO:</b> Alto						
<b>ACTIVIDADES RELACIONADAS AL ATRACTIVO</b>			<b>EQUIPAMIENTO URBANO:</b>			
Historia y patrimonio cultural 						
<b>RIESGOS DE IMPACTO AMBIENTAL:</b>						
Generación de residuos sólidos						
<b>DESCRIPCIÓN DEL RECURSO:</b>						
La comunidad de Cañaviri presenta la iglesia Santa María Asunta, construida en el Siglo XVI y restaurada por el GMLP el año 2005. Cañaviri se constituye en lugar de interacción de paisajes ecológicos con vegetación característica del bosque nublado de ceja de montaña. A tres horas de caminata desde este lugar es posible encontrar fauna y flora exóticas. Asimismo, es desde aquí de donde parte la Senda para observar vicuñas.						
Latitud Sur: 16° 10' 02"						
Longitud Oeste: 86° 07' 55"						
Altura: 3 380 m.s.n.m.						
<b>PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA PARA LLEGAR AL ATRACTIVO:</b>						
<b>Tipo de ropa:</b> Abrigada						
<b>Precauciones médicas:</b>						
<b>BIOSO ECOLÓGICO:</b> Páramo yungueño						
<b>NIVEL DE INVERSIÓN:</b> Ninguna						

FUENTE: GOBIERNO MUNICIPAL DE LA PAZ


**ATRACTIVO: MUSEO REGIONAL**  
**FICHA N° 2.8**

<b>UBICACIÓN:</b>		<b>FOTOGRAFIA:</b>			
Departamento:	La Paz	Provincia:	Murillo		
Sección/Cantón:	Zongo	Sitio de referencia:	Ciudad de La Paz		
<b>ACCESIBILIDAD:</b>					
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Calidad	Distancia (Km.)	Tiempo (Min.)
Desvío a Zongo Pueblo	Zongo	Rufo	Medio		4
<b>TRANSPORTE:</b> Terrestre					
<b>ESTADO ACTUAL DEL ATRACTIVO:</b> No existe					
<b>ACTIVIDADES RELACIONADAS AL ATRACTIVO</b>			<b>EQUIPAMIENTO URBANO:</b>		
- Información histórica cultural			Acondicionamiento de infraestructura ya existente en el pueblo para la habilitación del Museo		
			<b>RIESGOS DE IMPACTO AMBIENTAL:</b> Contaminación de residuos sólidos		
<b>DESCRIPCIÓN DEL RECURSO:</b>					
Este Museo Regional está destinado a concentrar la historia de la región desde los tiempos precolombinos, será el lugar donde se depositen las diferentes evidencias de cultura material, debidamente clasificadas y mostradas según los diferentes periodos culturales.					
Latitud Sur	16° 05' 56"				
Longitud Oeste	65° 02' 56"				
Altura	2.080 m s.n.m				
<b>PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA PARA LLEGAR AL ATRACTIVO:</b>					
Tipo de ropa	Liviana				
Precauciones médicas					
PISO ECOLÓGICO	Sesqui Montano				
<b>NIVEL DE INVERSIÓN:</b> Medio					

FUENTE: GOBIERNO MUNICIPAL DE LA PAZ




**ATRACTIVO: "LA SENDA DEL PROTOMÁRTIR"**  
**FICHA N° 2.9**

<b>UBICACIÓN:</b>		<b>FOTOGRAFIA:</b>			
Departamento:	La Paz	Provincia:	Murillo		
Sección/Cantón:	Zongo	Sitio de referencia:	Ciudad de La Paz		
<b>ACCESIBILIDAD:</b>					
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Calidad	Distancia (Km.)	Tiempo (Min.)
Zongo Pueblo					
<b>TRANSPORTE:</b>					
<b>ESTADO ACTUAL DEL ATRACTIVO:</b>		Baja			
<b>ACTIVIDADES RELACIONADAS AL ATRACTIVO</b>			<b>EQUIPAMIENTO URBANO:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trekking</li> <li>- Información histórica cultural</li> </ul>			<p>Se propone presentar el proyecto de limpieza de esta senda al PLANE para que como en los casos de otros caminos predecididos, se realice su habilitación para el turismo.</p>		
			<b>Riesgos de Impacto Ambiental:</b>		
			Contaminación de residuos sólidos		
Latitud Sur (Botijaosa)	18° 12' 00"	<b>DESCRIPCIÓN DEL RECURSO:</b> A pocos centenares de metros por encima de Zongo atraviesa un camino que baja de alguna parte de la cordillera, conectando las tierras altas con tierras inferiores, siguiendo el contorno de las fazendas. Esta ruta debería bautizarse como "La Senda del Protomártir", en homenaje a un destacadísimo personaje nacional, pacífico, cuya fuerte presencia en la historia nos ha legado, indiscutiblemente, la independencia nacional. El mensaje de la Junta Tutiva, verdadero testimonio intelectual y notable plaza literaria en su género, debería estar a la vista de todos los visitantes, nacionales y extranjeros, para admiración de su contenido.			
Longitud Oeste (Botijaosa)	69° 07' 10"				
Altura (Botijaosa)	3.960 m.s.n.m.				
Latitud Sur (Zongo)	18° 08' 00"				
Longitud Oeste (Zongo)	69° 03' 00"				
Altura (Zongo)	2.100 m.s.n.m.				
Latitud Sur (Tambo Pata)	18° 03' 00"				
Longitud Oeste (Tambo Pata)	69° 00' 00"				
Altura (Tambo Pata)	1.530 m.s.n.m.				
<b>PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA PARA LLEGAR AL ATRACTIVO:</b>					
Tipo de ropa	Liviana				
Precauciones médicas					
RIESGO ECOLÓGICO	Bosque Montano a Abandono				
<b>NIVEL DE INVERSIÓN:</b>	Bajo				

FUENTE: GOBIERNO MUNICIPAL DE LA PAZ



**ATRACTIVO: REFUGIO PRECOLOMBINO BOTIJLACA**  
**FICHA N° 3.4**

<b>UBICACIÓN:</b>						<b>FOTOGRAFÍA:</b> 
Departamento: La Paz		Provincia: Murillo				
Sección/Candón: Zongo		Sitio de referencia: Ciudad de La Paz				
<b>ACCESIBILIDAD:</b>						
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Calidad	Distancia (Km.)	Tiempo (Min.)	
Acachaña	Estancia Botijlaca	Ripo	Medio			
<b>TRANSPORTE:</b> Terrestre						
<b>ESTADO ACTUAL DEL ATRACTIVO:</b> Medio						
<b>ACTIVIDADES RELACIONADAS AL ATRACTIVO</b>			<b>EQUIPAMIENTO URBANO:</b>			
Fotografía Trekking			Refugio precolombino Hospedaje Alimentación			
			<b>RIESGOS DE IMPACTO AMBIENTAL:</b> Generación de basura			
Latitud Sur: 18° 12' 00"			<b>DESCRIPCIÓN DEL RECURSO:</b>  La estancia Botijlaca se caracteriza por presentar flora típica de la puna nordeste y construcciones de piedra que estructuran el paisaje.  Desde aquí se desprende un camino que sube a las estribaciones orientales de la cordillera, para dirigirse hacia Hum...			
Longitud Oeste: 68° 07' 10"						
Altura: 3.080 m.s.n.m.						
<b>PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA PARA LLEGAR AL ATRACTIVO:</b>						
Tipo de ropa						
Precauciones médicas						
<b>PISO ECOLÓGICO:</b> Puna nordeste						
<b>NIVEL DE INVERSIÓN:</b> Ninguno						

FUENTE: GOBIERNO MUNICIPAL DE LA PAZ

**ATRACTIVO: CAMINO PRECOLOMBINO "ISLANI BAJO"**  
**FICHA N° 5.21**

<b>UBICACION:</b>					
Departamento: La Paz		Provincia: Munió			
Sección/Cantón: Zongo		Sitio de referencia: Ciudad de La Paz			
<b>ACCESIBILIDAD:</b>					
Punto de partida	Punto de llegada	Tipo de vía	Calidad	Distancia (Km.)	Tiempo (min.)
Chimoyani	Islani Bajo	Riño	Media		15
<b>TRANSPORTE:</b> Caminata / Trekking / Terrestre					
<b>ESTADO ACTUAL DEL ATRACTIVO:</b> Medio					
<b>ACTIVIDADES RELACIONADAS AL ATRACTIVO</b>			<b>EQUIPAMIENTO URBANO:</b>		
Observación de paisaje, Trekking, Etnoturismo					
			Contaminación Acústica		
<b>DESCRIPCIÓN DEL RECURSO:</b>					
Islani bajo es una comunidad tranquila y pintoresca; destaca mucho la flora endémica de la zona y el conocimiento de la comunidad para usos medicinales, comida y otros.					
<b>PRECAUCIONES A TOMAR EN CUENTA PARA LLEGAR AL ATRACTIVO:</b>					
Tipo de ropa	Liviana				
Precauciones médicas	Repente				
Otros	Bosque Montano				
<b>NIVEL DE INVERSIÓN:</b> Bajo					

FUENTE: GOBIERNO MUNICIPAL DE LA PAZ