

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



DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO EN LA ISLA DE LA
LUNA (COMUNIDAD DE COATI), MUNICIPIO DE
COPACABANA

Proyecto de grado para obtener el título de Licenciatura

POR: Univ. Carolina Orellana Salinas

Univ. Lizeth Jacqueline Ticona Mamani

Tutor: MSc. Adhemar Eduardo Goyzueta Cordero

La Paz-Bolivia

Mayo del 2024



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

Proyecto de Grado:

DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO EN LA ISLA DE LA LUNA
(COMUNIDAD DE COATI), MUNICIPIO DE COPACABANA

Presentado por Univ. Carolina Orellana Salinas

Univ. Lizeth Jacqueline Ticona Mamani

Para obtener el grado académico de Licenciatura en Turismo.

Nota numeral:

Nota Literal:

Ha sido:

Director de la Carrera de Turismo: Lic. Néstor Alejandro Tovar Pérez

Tutor: MSc. Adhemar Eduardo Goyzueta Cordero

Tribunal: MSc. Edith Pamela Escobar Lima

Tribunal: Ph.D. Raúl Calderón Jemio

Fecha: 24 de Mayo del 2024



DEDICATORIA

Quiero dedicar este proyecto a Diosito, gracias por la vida que me diste y por iluminar mi camino, a mis queridos padres **Luciano Orellana Vera** y **Lucia Salinas Condo**, quienes me apoyaron durante mi formación académica, Gracias por ser mi inspiración y por inculcarme el valor del esfuerzo y la dedicación.

A mis hermanos **Vladimir, Wilder** por su constante apoyo su aliento y compañía han sido fundamentales en cada paso de mi camino. A mis hermanas **Delia, Maribel y Gabriela**, por su alegría, su cariño, todos ustedes son mi equipo y mi inspiración. A mis tíos, quienes me dieron consejos de superación me prepararon para enfrentar obstáculos.

Gracias a todos por depositar su confianza en mí.

Carolina Orellana Salinas

Primeramente, a **Diosito** que es quien ilumina el camino de mi vida.

A mis padres **Benjamín Ticona Hualpa** y mi madre **Nicolasa Mamani López** quienes siempre velan por el bienestar mío y de mis hermanos, que se sacrifican por un buen futuro de sus hijos, ellos son un apoyo incondicional.

A mis tres hermanas: **Silvia, Mónica y Gabriela** quienes son una inspiración para mi, ya que ellas son luchadoras y perseverantes en perseguir sus sueños y metas.

A mi hermanito menor **Rubén**, quien es otro guerrero que demuestra mucho esfuerzo y coraje en cumplir con sus metas de vida.

Gracias a todos ellos que son mi familia, los quiero demasiado, sin ellos nada sería posible. .

Lizeth Jacqueline Ticona Mamani



AGRADECIMIENTOS

A la *Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Humanidades, Carrera de Turismo*, por abrirnos las puertas a un mundo de conocimiento y oportunidades. Estamos orgullosas de haber sido parte de esta institución.

A los *Docentes de la Carrera de Turismo* por haber hecho en lo posible nuestra formación académica, el entusiasmo con el que imparten las clases han hecho que el proceso de aprendizaje sea emocionante y enriquecedor gracias por compartir sus conocimientos y experiencias con nosotros.

A la *Asociación de Turismo Comunitario Warmi Thakhi* por recibirnos con los brazos abiertos, en especial al *Sr. Porfirio Mamani y Sra.* por brindarnos información, y permitirnos desarrollar este proyecto para que pueda mejorar la actividad turística en la Isla de la Luna.

A *nuestro tutor MSc. Adhemar Eduardo Goyzueta Cordero* por ser parte de este increíble equipo, por guiarnos en este proceso, su apoyo y sobre todo la paciencia que tuvo durante este proceso nos ha promovido a dar lo mejor de nosotros.

A *los tribunales Ph.D. Raúl Calderón Jemio y MSc. Edith Pamela Escobar Lima* por tomarse el tiempo de revisar nuestro proyecto de Grado.

Al Ing. Al Ing. *Cristian Illanes Lizarro* por su valiosa colaboración. Gracias a su conocimiento y disposición para revisar el Proyecto de Grado y asesorarnos en cada etapa han sido esenciales su apoyo y motivación nos impulsó para culminar con este proyecto.

Carolina Orellana Salinas

Lizeth Jacqueline Ticona Mamani



ÍNDICE

1	CAPITULO I ASPECTOS GENERALES.....	2
1.1	INTRODUCCIÓN.....	2
1.2	DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.3	FORMULACIÓN DE OBJETIVOS.....	6
1.3.1	OBJETIVO GENERAL.....	6
1.3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
1.4	JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	6
1.4.1	JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA:.....	6
1.4.2	JUSTIFICACIÓN SOCIAL:.....	7
1.4.3	JUSTIFICACIÓN AMBIENTAL:.....	7
1.4.4	JUSTIFICACIÓN TÉCNICA:.....	7
2	CAPITULO II MARCO REFERENCIAL.....	9
2.1	MARCO CONCEPTUAL.....	9
2.1.1	TURISMO.....	9
2.1.2	TURISTA.....	9
2.1.3	PRODUCTO TURÍSTICO.....	10
2.1.4	OFERTA TURÍSTICA.....	11
2.1.5	DEMANDA TURÍSTICA.....	12
2.1.6	RUTA TURÍSTICA.....	13
2.1.7	TURISMO MÍSTICO.....	13
2.1.8	TURISMO VIVENCIAL.....	14
2.1.9	MODELO DE GESTIÓN.....	15
2.1.10	ATRACTIVO TURÍSTICO.....	16
2.1.11	GESTIÓN TURÍSTICA.....	17



2.1.12	COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA.....	18
2.1.13	PROMOCIÓN TURÍSTICA.....	20
2.2	MARCO LEGAL.....	20
2.2.1	CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO (PROMULGADA EL 7 DE FEBRERO DE 2009)	20
2.2.2	LEY 292 LEY GENERAL DE TURISMO “BOLIVIA TE ESPERA” (25 DE SEPTIEMBRE DEL 2012).....	21
2.2.3	LEY 031 LEY MARCO DE AUTONOMÍAS Y DESCENTRALIZACIÓN “ANDRÉS IBÁÑEZ” (PROMULGADA EL 9 DE JULIO DE 2010)	22
2.2.4	LEY DEL PATRIMONIO CULTURAL (LEY N° 530, DEL 23 DE MAYO 2014) 23	
2.2.5	LA LEY DEL MEDIO AMBIENTE N° 1333 EN BOLIVIA	24
2.2.6	LA LEY DE GOBIERNOS AUTÓNOMOS MUNICIPALES (LEY N° 482) PROMULGADA EL 29 DE ABRIL DE 2014	25
3	CAPÍTULO III: METODOLOGÍA Y ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO	28
3.1	ESQUEMA METODOLÓGICO DEL DIAGNÓSTICO.....	28
3.2	METODOLOGÍA.....	29
3.2.1	REVISIÓN DOCUMENTAL.....	29
3.2.2	METODOLÓGICA CUALITATIVA	30
3.2.3	METODOLÓGICA CUANTITATIVA.....	32
3.2.4	INSTRUMENTOS	32
4	CAPITULO IV: DIAGNÓSTICO.....	34
4.1	UBICACIÓN GEOGRAFICA Y POLÍTICA EN EL AREA DE INTERVENCIÓN DEL PROYECTO	34
4.1.1	MARCO INSTITUCIONAL.....	34
4.1.2	NORMATIVA EN EL DESTINO	36
4.1.3	MARCO GEOGRÁFICO.....	37



4.1.4	SEGURIDAD Y SALUD.....	60
4.1.5	SERVICIOS BÁSICOS.....	61
4.2	DIAGNÓSTICO TURÍSTICO	64
4.2.1	OFERTA TURÍSTICA.....	64
4.2.2	DEMANDA TURISTICA.....	90
4.3	ANÁLISIS DE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO EN EL ÁREA DEL PROYECTO PARA LA ADMINISTRACIÓN GUBERNAMENTAL Y NO GUBERNAMENTAL	110
4.3.1	PROGRAMAS DE APOYO FINANCIERO EN EL AREA DE INFLUENCIA DEL PROYECTO	110
4.3.2	GOBIERNO AUTÓNOMO DEPARTAMENTAL DE LA PAZ.....	111
4.3.3	GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE COPACABANA.....	113
4.4	ANÁLISIS PRESUPUESTAL DE LA ISLA DE LA LUNA.....	115
4.5	ANÁLISIS FODA	116
5	MARCO LÓGICO	123
5.1	IDENTIFICACIÓN DE ACTORES.....	123
5.2	ÁRBOL GENERAL DE PROBLEMAS.....	125
5.3	ÁRBOL DE PROBLEMAS PRIORIZADO	126
5.4	ÁRBOL DE OBJETIVO	127
5.5	SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO (PRIORIZACIÓN).....	128
5.6	MATRIZ DE MARCO LÓGICO	129
6	DESARROLLO DE LA PROPUESTA	134
6.1	ESQUEMA GENERAL DE LA PROPUESTA DEL PROYECTO.....	134
6.2	PROPUESTA 1: DISEÑO DE DOS RUTAS TURÍSTICAS UNA DE VIVENCIAL Y OTRA MÍSTICA	135



6.2.1	DESARROLLO DE LA PROPUESTA 1	135
6.3	PROPUESTA 2: GESTIÓN TURÍSTICA SUSTENTABLE PARA LAS RUTAS 177	
6.3.1	OBJETIVO	177
6.3.2	JUSTIFICACIÓN.....	177
6.3.3	METAS E INDICADORES	178
6.3.4	DESARROLLO DE LA PROPUESTA 2	178
6.4	PROPUESTA 3: HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN PARA LAS DOS RUTAS TURÍSTICAS.....	211
6.4.1	OBJETIVO.....	212
6.4.2	JUSTIFICACIÓN.....	212
6.4.3	METAS E INDICADORES	212
6.4.4	DESARROLLO DE LA PROPUESTA 3	213
7	EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	233
7.1	PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO.....	233
7.2	ANÁLISIS FINANCIERO	235
7.2.1	COSTOS FIJOS DE UN DÍA DE FUNCIONAMIENTO CON LA RUTA DE TURISMO VIVENCIAL	235
7.2.2	COSTOS FIJOS DE UN DÍA DE FUNCIONAMIENTO CON LA RUTA DE TURISMO MÍSTICO.....	236
7.2.3	COSTOS VARIABLES PROYECTADOS POR UN DIA DE FUNCIONAMIENTO CON LA RUTA DE TURISMO VIVENCIAL	237
7.2.4	COSTOS VARIABLES PROYECTADOS POR UN DIA DE FUNCIONAMIENTO CON LA RUTA DE TURISMO MÍSTICO	237
7.2.5	COSTOS TOTALES POR PAQUETE.....	238
7.3	PRECIO DE VENTA DE LA RUTA TURÍSTICA “MÍSTICA Y VIVENCIAL” 238	



8	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	241
8.1	CONCLUSIONES	241
8.2	RECOMENDACIONES	242
9	BIBLIOGRAFÍA	244

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Distrito y Comunidad	39
Tabla 2:	Población según sexo	45
Tabla 3:	Pobreza y desarrollo Humano	47
Tabla 4	Fechas festivas en la Isla De La Luna	49
Tabla 5	Características económicas en la Isla de la Luna	51
Tabla 6	Agricultura Isla de la Luna	54
Tabla 7	Bioindicadores	59
Tabla 8	Establecimiento de Salud	60
Tabla 9	Establecimientos de Hospedaje en la Isla de la Luna	74
Tabla 10	Servicio de Alimentación	75
Tabla 11	Transporte Turístico Terrestre y Lacustre	76
Tabla 12	Servicio de transporte lacustre	78
Tabla 13	Agencias Operadoras de Turismo	79
Tabla 14	Ficha Productos Turístico	88
Tabla 15	Turismo en Municipio de Copacabana pernoctación de viajeros en establecimientos de hospedaje por año y las ciudades más visitadas y tipo de viajero 2022– 2023	90
Tabla 16	Presupuesto de Asignación al Municipio de Copacabana	112
Tabla 17:	Estadísticas, Municipales	114
Tabla 18	Identificación y caracterización de la ruta mística	139



Tabla 19: Perfil del turista para las rutas	141
Tabla 20 Itinerario	146
Tabla 21 Hoja de evaluación	173
Tabla 22 Cronograma	175
Tabla 23 Presupuesto.....	175
Tabla 24: Administración turístico.....	182
Tabla 25: Contaduría Pública	184
Tabla 26 Costo del desarrollo del proyecto	218
Tabla 27: Presupuesto de herramientas de comercialización y promoción.....	219

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Esquema Metodológico del diagnóstico	28
Figura 2 Ubicación Geográfica Isla de la Luna.....	38
Figura 3 Mapa de la Isla de la Luna	38
Figura 4 Perfil para la demanda Turística de las dos rutas.....	106
Figura 5: Esquema General de la Propuesta del Proyecto.....	135
Figura 6: Esquema de la propuesta 1	136
Figura 7: Mapa de recorrido	152
Figura 8: Mapas de los Recorridos en la Isla.....	152
Figura 9: Mapa de Planta Turística.....	154



ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Paneles solares de la Isla de la Luna	62
Gráfico 2: Agua Potable	63
Gráfico 3: Saneamiento Básico	63
Gráfico 4: Capilla de la comunidad.....	64
Gráfico 5: Ex Fosa común- Cementerio	65
Gráfico 6: Ñak Uyu.....	70
Gráfico 7: Sendero "Warmi Thakhi"	71
Gráfico 8: Calvario	71
Gráfico 9: Playa de la sanación	72
Gráfico 10: Camino de la serpiente	73
Gráfico 11: Servicios de hospedaje	74
Gráfico 12: Apthapi comunitario.....	76
Gráfico 13: Parada 24 de septiembre-Transporte terrestre.....	77
Gráfico 14: Lancha comunitaria Pachamama.....	78
Gráfico 15: Señalética	81
Gráfico 16: Ritual en el Ñak Uyu	83
Gráfico 17: Bienvenida a turistas en la Isla de la Luna	85
Gráfico 18: Turismo a Nivel Municipal-Copacabana	91
Gráfico 19: Llegada de Turistas Extranjeros al Municipio de Copacabana.....	92
Gráfico 20: Organización de su viaje	99
Gráfico 21: Presupuesto del Gobierno Autónomo (en millones de bolivianos).....	113
Gráfico 22 Página web – Morfología	216
Gráfico 23 Presupuesto.....	219



CAPÍTULO I:

ASPECTOS GENERALES



1 CAPITULO I ASPECTOS GENERALES

1.1 INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las principales fuentes de ingresos económicos a nivel mundial, aunque actualmente enfrenta grandes desafíos. Al igual que en el resto del mundo el turismo ha sido uno de los sectores de la economía más golpeado por la Pandemia Covid-19.

En Bolivia la situación no es diferente, se presentó una caída de ingresos y pérdida de empleos. Durante los años 2021 y 2022. Para enfrentar estos desafíos, se ha incentivado el turismo interno y se han desarrollado productos turísticos no convencionales, como el turismo comunitario, aventura, vivencial, místico, que buscan revalorizar sus culturas y ofrecer un ambiente más abierto impulsando así la recuperación económica del sector.

El presente proyecto tiene el propósito de diversificar la oferta turística en la Isla de la Luna- Comunidad de Coati, cuya actividad económica es principalmente el turismo, seguido de la pesca y la agricultura. En los últimos años la afluencia de turistas en la Isla de la Luna tuvo un descenso, por lo tanto, es necesario la implementación de proyectos que ayuden al turismo en este lugar, Fundamentalmente el proyecto contiene siete capítulos a desarrollarse.

En el primer capítulo se desarrolló los principales problemas que acontece la Isla de La luna, seguido del desarrollo los objetivos del proyecto que son: Diseñar dos rutas turísticas, resaltando el turismo místico y el turismo vivencial de la Isla de la Luna, desarrollar herramientas de gestión turística sostenible para la operación del producto turístico y su puesta en marcha y proponer herramientas de promoción y comercialización para dar a conocer el producto turístico de la Isla de la Luna.



Dentro del capítulo II se hace una revisión del marco conceptual sobre las bases teóricas de la investigación ya que es muy importante aclarar los principales temas con lo que trabajamos en el desarrollo del proyecto.

En el capítulo III se desarrolló las diferentes metodologías utilizadas en la elaboración del proyecto, se utilizó la metodología cuantitativa, en el cual se realizó el trabajo de campo en el Municipio de Copacabana-Isla de la Luna, a partir del cual se pudo realizar la observación tanto de manera objetiva como subjetiva y por supuesto lograr un contacto directo con la comunidad y responsables de áreas que intervienen y forman parte del sector turístico, esto con el objetivo de realizar un estudio adecuado de la situación actual del lugar.

También se utilizó la metodología cuantitativa, Para llevar a cabo el método cuantitativo, se realizaron encuestas con preguntas de carácter cualitativo y cuantitativo a 90 personas relacionadas con la actividad turística en la Isla de la Luna. Los datos obtenidos de estas encuestas se analizaron utilizando porcentajes no probabilísticos para el desarrollo del proyecto.

En el capítulo IV se analizó la situación actual que se encuentra el territorio de la Isla de la Luna, a través del diagnóstico se determinaron fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades; una de las principales fortalezas que posee la Isla de la Luna es que posee una gran riqueza natural y cultural, como potenciales atractivos turísticos (ej. Ruinas de Ñiak Uyu) se destaca la oportunidad de un crecimiento económico en el lugar, ampliando la oferta turística y brindando un servicio diferenciador como valor agregado, al implementar nuevas actividades turísticas se ampliara la cartelera del mercado turístico para la Isla de la Luna.



Una de las debilidades es la falta de rutas o actividades turísticas que resalten lo misticismo del lugar como actividades que muestren o enseñen a los turistas de la medicina tradicional y como es la manipulación del mismo.

En el capítulo V se desarrolla el árbol general de problemas y de objetivos, donde se hace referencia los principales problemas que acontece en la Isla y las posibles soluciones a estas problemáticas. El proyecto tendrá 4 impactos principales en los que incidirá directamente son económico, tecnológico, comercial, y empresarial, sin olvidar que el objetivo principal es que el proyecto crezca desde el corto, mediano y largo plazo.

El capítulo VI es uno de los más importantes ya que ahí se desarrolla las propuestas planteadas en el proyecto. La primera propuesta es “El diseño de dos rutas turísticas una de vivencial y otra mística” En la primera propuesta se desarrolla dos rutas turísticas una vivencial donde recorre donde se realiza diversas actividades vivenciales, como la pesca, aprender a cocinar con la comunidad, aprender sobre las plantas medicinales del lugar, entre otras actividades. En la ruta mística se hace el recorrido por diferentes atractivos turísticos donde se realiza diferentes actividades místicas de esa manera conociendo más sobre el misticismo del lugar.

La segunda propuesta es “Gestión turística sostenible para las rutas” Aquí se hace el desarrollo de diferentes acciones que se tiene que realizar para que el proyecto sea sostenible.

La tercera propuesta es “Herramientas de promoción y comercialización para las dos rutas turísticas” En la última propuesta se desarrolla diferentes herramientas que se utilizara para promocionar las rutas turísticas,



En el capítulo VII se desarrolla el análisis financiero del proyecto, aquí se calcula el total del presupuesto, los precios por paquetes, etc.

En el último capítulo que sería el 8 se desarrolla la conclusión y recomendación del proyecto

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En Coati a través de sus costumbres y tradiciones se preserva los saberes ancestrales, creencias y estilo de vida, por lo tanto, es necesario aprovecharlos para poder diversificar la oferta y la demanda de la comunidad.

La Comunidad Coati cuenta con recursos turísticos culturales y naturales, que no son muy bien aprovechados, además de la información que se obtuvo de las investigaciones y de las entrevistas realizadas, se puede resaltar que un factor importante para el mal aprovechamiento de los recursos es la deficiente gestión, diversificación de la oferta y promoción.

En ese sentido se identifica que la deficiente gestión de los recursos turísticos culturales y naturales, se encuentra por la insuficiente oferta de productos turístico en la Comunidad, por lo que el presente proyecto trata de contribuir a la mejora a través del diseño de un producto turístico en cooperación con la asociación de Turismo Comunitario “**WARMI THAKHI**” - **ISLA DE LA LUNA**, pretendiendo aprovechar los recursos naturales y culturales de manera sustentable, además de contribuir a la diversificación y al desarrollo, mejorando así el nivel de vida de la población y la imagen turística, por lo que se plantea la siguiente pregunta:

¿Cómo mejorar el desarrollo de la actividad turística a través del aprovechamiento de los recursos naturales y culturales en la Comunidad de Coati – Isla de la Luna del Municipio de Copacabana?



1.3 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Proponer un producto de turístico Místico y Vivencial para la Comunidad de Coati de la Isla de La Luna, en el Municipio de Copacabana, con el propósito de diversificar la oferta turística.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar dos rutas turísticas, resaltando el turismo místico y el turismo vivencial de la Isla de la Luna.
- Desarrollar herramientas de gestión turística sostenible para la operación del producto turístico y su puesta en marcha.
- Proponer herramientas de promoción y comercialización para dar a conocer el producto turístico de la Isla de la Luna.

1.4 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La propuesta nos ayudara a diversificar la oferta turística en la Isla de la Luna, y de esa manera incrementar la afluencia de turistas en sus sitios turísticos naturales y culturales, para que sean aprovechados adecuadamente, de forma que se pueda preservar los conocimientos ancestrales, saberes, valores, cosmovisión de usos y costumbres de la Comunidad de Coati en el Municipio de Copacabana.

1.4.1 JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA:

Las principales actividades económicas del municipio de Copacabana, según la Dirección de Análisis Productivo menciona que: “las actividades de servicios, principalmente turismo, comercio y transporte, seguido de la industria manufacturera artesanal y un pequeño sector agropecuario” (DAPRO, 2020, pág. 8).

El principal beneficiario será la Comunidad de Coati del Municipio de Copacabana, mediante el crecimiento del porcentaje de la afluencia turística, y de esa manera, impulsar las fuentes



laborales de la comunidad que participa en actividades turísticas, generando movimiento económico en la población local, y mejorando su calidad de vida.

1.4.2 JUSTIFICACIÓN SOCIAL:

Los actores están de acuerdo con la implementación de estrategias de comercialización y promoción para mejorar sus relaciones sociales, encaminado a un solo objetivo, que es el fomentar la tolerancia e igualdad entre los participantes del proyecto, con el principio de respeto mutuo en bien del fortalecimiento turístico.

1.4.3 JUSTIFICACIÓN AMBIENTAL:

El proyecto busca tener un impacto positivo con el medio ambiente, mediante la reducción de la contaminación ambiental, además de promover e implementar recursos para preservarlo, como ser: el uso de basureros para diferente tipo de basura, reciclaje de botellas de plásticos y de papeles, entre otros.

1.4.4 JUSTIFICACIÓN TÉCNICA:

Las estrategias de comercialización y promoción son importantes para la consolidación de un destino turístico, a partir de esto se puede comprender a quien está dirigido el producto o servicio que se comercializará, y el cómo se debe vender. La Isla de la Luna no cuenta con nuevas estrategias de comercialización, lo cual significa poco ingreso generado por el Turismo, y un desaprovechamiento de sus destinos turísticos.



CAPÍTULO II.

MARCO REFERENCIAL



2 CAPITULO II MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO CONCEPTUAL

2.1.1 TURISMO

El concepto de turismo ha sido abordado por diversos autores a lo largo del tiempo. A continuación, se menciona algunos de los conceptos más relevantes:

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define al turismo como "Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros" (OMT, 1993).

Según Valdés (1994), el turismo es "El conjunto de actividades y servicios relacionados con el desplazamiento temporal y la estancia de personas fuera de su lugar de residencia habitual, por motivos de ocio, negocio u otros, con el objeto de mejorar su calidad de vida".

Por lo tanto, el turismo puede definirse como el conjunto de actividades y servicios que implican el desplazamiento temporal y la estancia de personas fuera de su lugar de residencia habitual, por motivos de ocio, negocios u otros, y que generan interacciones entre personas, empresas y gobiernos, así como la utilización de recursos humanos, financieros y naturales.

2.1.2 TURISTA

El concepto de turista es un elemento importante en muchos proyectos relacionados con el desarrollo económico y social de un lugar por lo tanto es importante tomar en cuenta para el presente proyecto.



El concepto de turista se puede definir como "Una persona que viaja y se hospeda en un lugar distinto al de su residencia habitual durante al menos una noche y por un máximo de un año con fines de ocio, negocios u otros motivos" (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2020, p.1).

Asimismo, el diccionario de la Real Academia Española (RAE) define al turista como "Una persona que viaja por placer o por negocios, especialmente cuando visita lugares de interés turístico" (Real Academia Española, 2021).

Es así pues que un turista es una persona que viaja fuera de su entorno habitual y se hospeda en otro lugar por un periodo de tiempo determinado, ya sea por ocio, negocios u otros motivos.

2.1.3 PRODUCTO TURÍSTICO

Es importante señalar que un producto turístico se puede definir como un conjunto de bienes y servicios turísticos organizados de manera sistemática para su venta en el mercado turístico.

Según Kotler, Bowen y Makens (2003), un producto turístico es "Un conjunto de atributos tangibles e intangibles, incluyendo transporte, alojamiento, alimentación, bebidas, entretenimiento, servicios y cualquier otro aspecto de facilitación que se ofrezca en respuesta a las necesidades y deseos del turista".

El producto turístico se crea a partir de la combinación de diferentes elementos como el destino turístico, los recursos turísticos, la infraestructura turística, la oferta turística, la demanda turística, entre otros. Según Buhalis y Costa (2006), la creación del producto turístico implica "La identificación de los atractivos turísticos y de los segmentos de



mercado, la identificación y evaluación de la infraestructura y servicios turísticos disponibles, y la determinación de la oferta de valor".

Entonces, un producto turístico se enmarca en un conjunto de bienes y servicios turísticos que se ofrecen de manera organizada y sistemática para satisfacer las necesidades y deseos del turista, y se crea a partir de la combinación de diferentes elementos del mercado turístico.

2.1.4 OFERTA TURÍSTICA

La oferta turística es esencial para el desarrollo y la gestión efectiva del turismo.

La oferta turística es el conjunto de servicios y productos turísticos que se ofrecen a los visitantes en un destino turístico determinado (Mieczkowski, 1995). Estos servicios y productos pueden ser proporcionados por empresas turísticas, instituciones culturales, patrimonio natural y cultural, infraestructura turística, entre otros actores turísticos (Buhalis y Costa, 2006).

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), la oferta turística se compone de dos elementos principales: el recurso turístico y el servicio turístico. El recurso turístico hace referencia a los atractivos naturales y culturales de un destino, mientras que el servicio turístico incluye los alojamientos, transporte, restauración, entre otros servicios necesarios para satisfacer las necesidades de los visitantes (OMT, 2017).

La oferta turística es un componente clave del sector turístico, ya que influye en la elección de los visitantes y en su satisfacción durante su estancia en el destino. Un destino con una oferta turística atractiva, diversa y bien desarrollada puede ser más competitivo y atraer a un mayor número de visitantes (Buhalis y Costa, 2006).



Es por eso que la oferta turística es el conjunto de servicios y productos turísticos disponibles para los visitantes en un destino turístico determinado, que incluye tanto los recursos turísticos como los servicios turísticos. Esta oferta es un componente clave del sector turístico y puede influir en la elección y satisfacción de los visitantes.

2.1.5 DEMANDA TURÍSTICA

La demanda turística es uno de los principales impulsores del sector turístico, ya que determina el número y tipo de visitantes que llegan a un destino turístico. Por lo tanto, es importante entender las tendencias y los patrones de la demanda turística para poder diseñar productos turísticos adecuados y eficaces.

La demanda turística se define como “El conjunto de visitantes que están dispuestos y son capaces de viajar a un destino turístico y adquirir sus productos y servicios turísticos” (Buhalis y Costa, 2006). Esta demanda puede ser tanto de turistas nacionales como internacionales y puede estar influenciada por factores económicos, sociales, culturales y políticos.

Existen diferentes tipos de demanda turística, como la demanda primaria, que se refiere a la demanda de turismo de ocio y recreativo; la demanda secundaria, que se refiere a la demanda de turismo de negocios y congresos; y la demanda terciaria, que se refiere a la demanda de turismo de salud y bienestar (Buhalis y Costa, 2006).

Entonces la demanda turística se definirá como el conjunto de visitantes que están dispuestos y son capaces de viajar a un destino turístico y adquirir sus productos y servicios turísticos, considerándose uno de los principales impulsores del sector turístico y puede estar influenciada



por diferentes factores. Es importante entender las tendencias y patrones de la demanda turística para diseñar productos turísticos adecuados.

2.1.6 RUTA TURÍSTICA

En el contexto del proyecto, se considera que el concepto de ruta turística es esencial y constituye la base para el desarrollo del tema del proyecto. De esta forma se citarán algunas definiciones relevantes proporcionadas por diferentes autores. Esto sugiere que el proyecto se centrará en el diseño y desarrollo de una o varias rutas turísticas en la Isla de la Luna, que podrían ser utilizadas para atraer turistas y mejorar la experiencia turística.

Según Molina-Rivera y Díaz-Armas (2020), una ruta turística “Es un itinerario planificado para recorrer diferentes destinos turísticos con un propósito específico, como cultural, natural, gastronómico, deportivo o de ocio. Las rutas turísticas pueden ser organizadas por diferentes entidades y se promocionan a través de diferentes medios para atraer a los turistas. Pueden incluir diferentes medios de transporte, como avión, tren, autobús o coche, y pueden ser diseñadas para recorrer un solo país o varias regiones del mundo. Las rutas turísticas son una manera de ofrecer una experiencia turística completa y satisfacer las necesidades y preferencias de los viajeros”.

Este concepto de ruta turística es utilizado en la Isla de la Luna como una herramienta para el diseño, promoción y mejora de la experiencia turística.

2.1.7 TURISMO MÍSTICO

El concepto se utiliza para ver lugares sagrados o históricos que atraigan a turistas interesados en el turismo místico. Algunos ejemplos podrían ser visitas a sitios arqueológicos, como el



Palacio de las Vírgenes, o la participación en ceremonias y rituales locales. También es posible que la isla ofrezca experiencias de retiro espiritual o programas de meditación, por lo tanto:

El turismo místico consiste básicamente en el turismo orientado a la visita de lugares con ciertas “propiedades energéticas” (Cohen, 1992; Campodónico & Fabreau, 2011; Gamboa, 2016). “Este tipo de turismo tiene como principal motivación la visita a zonas consideradas “energéticas”, es decir, que poseen una energía inmanente en el territorio. Si bien no se puede catalogar el origen de esta modalidad de turismo al movimiento New Age, sí es posible demostrar empíricamente el rol que ha tenido en la consolidación de varios atractivos turísticos”.

El turismo místico tiene como objetivo motivar a los turistas a desplazarse hacia lugares que poseen propiedades energéticas, con el fin de adquirir conocimientos ancestrales, sus costumbres y tradiciones o acerca de los rasgos espirituales, naturales y culturales de esos lugares. Además, busca atraer a los turistas a través de la filosofía y valores de la población local, creando una experiencia única y significativa para los visitantes además el turismo místico busca experiencias espirituales y religiosas.

2.1.8 TURISMO VIVENCIAL

El turismo vivencial es una forma de turismo que se centra en la participación activa en la cultura y las tradiciones de un destino para ello se considera que es una parte fundamental para el presente proyecto a continuación se consideran los siguientes conceptos.

García A. (2021) ofrece una definición amplia de turismo vivencial como "Una forma de viajar que se centra en la participación activa y la inmersión cultural, permitiendo a



los viajeros interactuar directamente con las comunidades locales, sus tradiciones, artesanías, gastronomía y formas de vida, enriqueciendo así su conocimiento y comprensión del destino visitado" (p. 130).

Brian Wheeler (1993) destaca que “El turismo vivencial no solo beneficia a los turistas, sino también a la comunidad local. Este concepto implica que la interacción y el intercambio cultural generen impactos positivos tanto para los turistas como para la comunidad receptora. Los turistas obtienen experiencias enriquecedoras, mientras que la comunidad local se beneficia económicamente y culturalmente, fortaleciendo su identidad y preservando sus tradiciones”

En conclusión, el turismo vivencial se define como una forma de viajar que se enfoca en la participación y la inmersión cultural, permitiendo a los viajeros interactuar directamente con las comunidades locales, sus tradiciones, artesanías, gastronomía y formas de vida. Este enfoque beneficia tanto a los turistas, enriqueciendo su conocimiento y comprensión del destino, como a la comunidad local, fortaleciendo su identidad cultural y obteniendo beneficios económicos y culturales. El turismo vivencial promueve un intercambio equitativo y una experiencia auténtica para todas las partes involucradas, el turismo vivencial busca conexión más profunda con la cultura y la vida cotidiana de una comunidad o región.

2.1.9 MODELO DE GESTIÓN

La gestión es parte fundamental de todo proyecto turístico, ya que se debe generar un modelo de gestión sustentable en el tiempo, económicamente y socialmente, por ello se revisarán conceptos para un mejor entendimiento.



El modelo de gestión es “La guía para orientar la acción, previsión, visualización y empleo de los recursos y esfuerzos a los fines que se desean alcanzar, la secuencia de actividades que habrán de realizarse para lograr objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su consecución”. (Benavides, 2010:13)

Por otro lado, Hitt (2006: 8), citado en el documento de Villasmil (2010:16) la define como: “El proceso de estructurar y utilizar un conjunto de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional”. (Hitt, 2006: 8).

En conclusión, el modelo de gestión es esencial en cualquier proyecto turístico, ya que permite una planificación y uso adecuado de los recursos disponibles para lograr los objetivos propuestos. Como se mencionó anteriormente, el concepto de Benavides resalta la importancia de la eficacia en el uso de los recursos para alcanzar las metas, lo que implica una gestión adecuada y sostenible en el tiempo. Por lo tanto, contar con un modelo de gestión bien estructurado y aplicado de manera eficiente puede ser clave para el éxito para el presente proyecto.

2.1.10 ATRACTIVO TURÍSTICO

El concepto de "Atractivo Turístico" es fundamental para el presente proyecto porque permite identificar los elementos que pueden generar interés y motivación en los potenciales visitantes y que pueden ser utilizados como herramientas de promoción y comercialización del destino turístico. Al identificar y destacar los atractivos turísticos en el proyecto, se pueden diseñar



estrategias para aprovecharlos al máximo, ya sea a través de rutas turísticas, paquetes turísticos, actividades turísticas, entre otras opciones.

Los atractivos turísticos "Son aquellos lugares, objetos y acontecimientos efectivos o potenciales cuyas relevantes características naturales o culturales son capaces de atraer el interés del turista por sí solo o en conjunto con otros atractivos y motivar su desplazamiento actual o futuro" (CICATUR, 1983: pág. 25).

Por otro lado, los atractivos turísticos también "Son todos los elementos naturales, técnicos o culturales que por sus características se convierten en puntos o instrumentos de visitación o atracción turística" (Bermúdez, 2002: pág.10).

En conclusión, un atractivo turístico es identificar y seleccionar los atractivos turísticos adecuados para el público objetivo y crear productos turísticos atractivos y competitivos. También es útil para diseñar rutas turísticas, establecer políticas de conservación del patrimonio cultural y natural y mejorar la planificación y gestión del turismo en una región determinada, estos conceptos son fundamentales para el desarrollo sostenible del turismo en cualquier lugar en este caso la Isla de la Luna y sus potenciales atractivos.

2.1.11 GESTIÓN TURÍSTICA

La gestión turística es una función clave que involucra a diversas instituciones y actores, como instituciones públicas, empresas privadas, emprendimientos comunitarios, instituciones académicas y cooperación internacional, y es el motor y el eje del sistema turístico.



De acuerdo a Gutiérrez (2006), “La gestión turística se refiere a las acciones y efectos de las organizaciones relacionadas con la actividad turística, y su capacidad para cohesionar, regular, controlar y administrar los recursos turísticos.”.

Por su parte, la Organización Mundial de Turismo (OMT) define la gestión turística como “Una serie de funciones, que incluyen política, planificación, coordinación con otros organismos oficiales, establecimiento y aplicación de estándares para instalaciones y servicios turísticos, marketing, educación y capacitación, mantenimiento de la vitalidad del sector y respuesta rápida a situaciones de crisis” (OMT, 1999).

En el caso de la Isla de la Luna, la gestión turística es esencial para garantizar la protección y conservación de su patrimonio natural y cultural, así como para asegurar que el turismo sea una fuente de beneficios para la comunidad local y para el desarrollo sostenible de la isla. La gestión turística debe involucrar a las autoridades locales, a los prestadores de servicios turísticos, a las organizaciones comunitarias y a la sociedad en general, y debe estar enfocada en promover un turismo responsable y sostenible que respete los valores culturales y ambientales de la Isla y contribuya a su desarrollo económico y social, también debe considerar la diversificación de la oferta turística para atraer a diferentes tipos de turistas y evitar la saturación del mercado turístico.

2.1.12 COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA

La comercialización turística es el proceso de promover y vender destinos, servicios y productos turísticos a través de diversos canales de distribución.



Según Kotler, Bowen y Makens (2010), “La comercialización turística se enfoca en la identificación y satisfacción de las necesidades y deseos de los turistas, mediante la creación de una oferta de productos y servicios que sean atractivos y relevantes para ellos. La comercialización turística se realiza mediante diversos medios, como publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y marketing en línea, entre otros” (Kotler, Bowen y Makens, 2010).

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), “La comercialización turística es fundamental para el desarrollo sostenible del turismo y para garantizar que la oferta turística satisfaga las necesidades y deseos de los turistas (OMT, 2017). La comercialización efectiva puede aumentar la demanda de turismo, mejorar la imagen de los destinos y fomentar la participación de la comunidad local en la actividad turística” (OMT, 2017).

En el caso de la Isla de la Luna, la aplicación de estos conceptos puede ser de gran ayuda para promover y comercializar los atractivos turísticos de la isla y aumentar el flujo turístico en la zona. Es importante desarrollar estrategias de marketing para posicionar la isla en el mercado turístico y destacar sus características únicas y atractivas, como su rica historia y cultura, sus paisajes naturales impresionantes y la variedad de actividades turísticas que se pueden realizar allí. Además, la oferta turística de la isla debe ser adecuada a las expectativas y necesidades de los visitantes, para garantizar su satisfacción y fidelización. Finalmente, el uso adecuado de estos conceptos puede contribuir significativamente al desarrollo sostenible del turismo en la Isla de la Luna.



2.1.13 PROMOCIÓN TURÍSTICA

La promoción para la Isla de la Luna es un elemento clave para llegar al público objetivo de manera que el turista pueda informarse del producto.

Según Patricio Bonta y Mario Farber, autores del libro "199 preguntas sobre Marketing y Publicidad", la promoción es "El conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados".

Por otro lado, "La promoción también se enfoca en crear conciencia y establecer una imagen de marca positiva en la mente de los consumidores, así como en diferenciar el producto de la competencia y fomentar la lealtad del cliente" (Lamb, Hair y McDaniel, 2015, p. 434).

La promoción es una herramienta clave ya que permite llegar al público objetivo de manera efectiva y persuasiva, y de esta manera aumentar las ventas y fortalecer la relación con los turistas/ clientes.

2.2 MARCO LEGAL

El marco normativo legal que se aplica para la elaboración del presente proyecto, está basado principalmente en los siguientes lineamientos legales:

2.2.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO (PROMULGADA EL 7 DE FEBRERO DE 2009)

La Constitución Política del Estado (CPE), es uno de los pilares fundamentales a la hora de elaborar proyectos, por lo cual, tomando en cuenta los lineamientos que enmarca al ámbito turístico, en el Artículo 337, parágrafo I y II, se destaca que:



En el párrafo I, el turismo es considerado una actividad económica importante y estratégica que tiene un impacto significativo en el desarrollo y la economía en Bolivia. Sin embargo, se enfatiza que este desarrollo debe ser sustentable, lo que significa que debe ser equilibrado y respetuoso con el medio ambiente y la cultura local para garantizar que los beneficios económicos y culturales del turismo sean sostenibles a largo plazo.

Respecto al párrafo II, el Estado se compromete a apoyar y proteger el turismo comunitario, que es una forma de turismo en la que las comunidades locales, incluidas las comunidades urbanas y rurales, y las naciones y pueblos indígenas originarios campesinos, son los principales actores y beneficiarios de la actividad turística.

En otras palabras, el Estado reconoce la importancia del turismo comunitario como una forma de generar desarrollo económico y social sostenible en las comunidades locales, incluidas las comunidades indígenas. Las políticas y estrategias de turismo deben estar en consonancia con los principios y normas establecidos en la constitución para garantizar un desarrollo turístico sostenible y responsable.

2.2.2 LEY 292 LEY GENERAL DE TURISMO “BOLIVIA TE ESPERA” (25 DE SEPTIEMBRE DEL 2012)

La Ley N° 292, del 25 de septiembre de 2012, también conocida como Ley General de Turismo "Bolivia te espera", es una ley promulgada por el gobierno boliviano para regular el sector turístico en Bolivia.

La ley tiene como objetivo principal fomentar el turismo en Bolivia y establecer un marco regulatorio para su desarrollo sostenible. Para lograr este objetivo, la ley establece una serie de



disposiciones que regulan aspectos como la planificación turística, la promoción turística, la formación de recursos humanos en el sector, la seguridad turística, el turismo comunitario, entre otros.

Entre las disposiciones más relevantes de la ley, se encuentra la creación del Viceministerio de Turismo, que tiene como función principal planificar, coordinar y supervisar la política turística del país. La ley también establece la creación de un Fondo Nacional de Desarrollo Turístico, que tiene como objetivo financiar proyectos turísticos en el país.

En cuanto al turismo comunitario, la ley establece que el Estado debe promover y proteger esta actividad para beneficiar a las comunidades urbanas y rurales, y a las naciones y pueblos indígenas originarios campesinos donde se desarrolle esta actividad.

En conclusión, la Isla de la Luna y cualquier destino relacionado a la actividad turística que se desarrolle en ella, debe cumplir con los requisitos y normativas establecidos en la Ley 292 y sus reglamentos correspondientes.

2.2.3 LEY 031 LEY MARCO DE AUTONOMÍAS Y DESCENTRALIZACIÓN “ANDRÉS IBÁÑEZ” (PROMULGADA EL 9 DE JULIO DE 2010)

La Ley 031 Ley Marco de Autonomías y Descentralización "Andrés Ibáñez" establece un marco legal para la autonomía y la descentralización del Estado boliviano, y su aplicación en el ámbito del turismo se refiere a la potestad que tienen las entidades territoriales autónomas (departamentos, municipios y regiones indígenas originarias campesinas) para planificar, gestionar y promover el desarrollo turístico en sus respectivos territorios.



En este sentido, la Ley 031 reconoce la competencia exclusiva de las entidades territoriales autónomas para planificar y gestionar el turismo en su territorio, lo que implica la elaboración y ejecución de planes y programas de desarrollo turístico, la promoción y difusión de sus atractivos turísticos, la gestión de infraestructuras turísticas y la regulación de la actividad turística en su jurisdicción.

Además, la Ley 031 también establece la obligación de las entidades territoriales autónomas de coordinar y articular sus políticas y acciones con el nivel central del Estado y con otras entidades territoriales autónomas, con el fin de promover una gestión integral y sostenible del turismo en Bolivia. Asimismo, la Ley 031 reconoce el derecho de las comunidades indígenas originarias campesinas a participar en la gestión y beneficios del turismo en sus territorios, en el marco del respeto a sus valores culturales y a la naturaleza.

2.2.4 LEY DEL PATRIMONIO CULTURAL (LEY N° 530, DEL 23 DE MAYO 2014)

La Ley N° 530, Ley del Patrimonio Cultural, promulgada el 23 de mayo de 2014, es una ley que tiene como objetivo proteger, preservar y promover el patrimonio cultural de Bolivia. La ley reconoce la importancia del patrimonio cultural como parte fundamental de la identidad y diversidad cultural del país, y establece los mecanismos y las medidas necesarias para su protección y conservación.

La isla tiene una rica historia y patrimonio cultural, que incluye sitios arqueológicos y arquitectónicos, así como tradiciones culturales y artesanías locales. La ley establece que es responsabilidad del Estado, los gobiernos departamentales, municipales y las comunidades y pueblos indígenas originarios campesinos, la protección y conservación de estos sitios y



tradiciones, y promover su valor cultural y turístico. Además, la ley también establece que se deben llevar a cabo acciones para fomentar la educación y conciencia sobre la importancia del patrimonio cultural y su preservación en la sociedad. Por lo tanto, la Ley N° 530 es una herramienta fundamental para la protección y promoción del patrimonio cultural de la Isla de la Luna y su desarrollo turístico sostenible.

2.2.5 LA LEY DEL MEDIO AMBIENTE N° 1333 EN BOLIVIA

La Ley del Medio Ambiente N° 1333 en Bolivia establece medidas para proteger el medio ambiente y promover su uso sostenible en todas las actividades económicas, incluyendo el turismo. La Ley establece que las actividades turísticas deben ser realizadas de manera sostenible y responsable, respetando los principios de conservación ambiental y uso racional de los recursos naturales.

En el caso de la Isla de la Luna, la Ley del Medio Ambiente N° 1333 es aplicable para la protección y conservación del medio ambiente y los recursos naturales de la isla. La ley establece la obligación de proteger la flora y fauna silvestre, los ecosistemas frágiles, los cuerpos de agua y la calidad del aire en la isla. Además, la ley establece la necesidad de promover prácticas sostenibles de turismo en la isla, que minimicen el impacto ambiental y fomenten la conservación del patrimonio natural y cultural.

Entre las medidas específicas relacionadas con el turismo, la Ley del Medio Ambiente establece que las empresas turísticas deben realizar un diagnóstico ambiental previo a la implementación de un proyecto turístico y establecer medidas para minimizar los impactos negativos en el medio



ambiente. Además, se establecen sanciones para las empresas turísticas que no cumplan con estas medidas o causen daños ambientales.

La Ley también promueve la participación de las comunidades locales en el desarrollo turístico, con el objetivo de garantizar que las actividades turísticas sean sostenibles y beneficiosas para la población local. De esta manera, se busca evitar que el turismo cause daños al medio ambiente o a la cultura local, y se promueve una gestión sostenible del turismo.

2.2.6 LA LEY DE GOBIERNOS AUTÓNOMOS MUNICIPALES (LEY N° 482) PROMULGADA EL 29 DE ABRIL DE 2014

La Ley de Municipalidades (Ley N° 482) establece el marco legal para la organización, estructuración y funcionamiento de los gobiernos municipales en Bolivia. En el ámbito turístico, esta ley establece que los gobiernos municipales tienen competencia para el desarrollo de actividades turísticas dentro de su territorio, promoviendo la planificación, ejecución y control de las políticas y estrategias turísticas en su jurisdicción.

En el caso de la Isla de la Luna, como parte del municipio de Copacabana la aplicación de esta ley implica que el gobierno municipal es responsable de la gestión y promoción del turismo en la isla. Esto incluye la planificación, regulación y control de las actividades turísticas, así como la promoción y difusión de los atractivos turísticos de la Isla de la Luna. Además, el gobierno municipal debe coordinar con otros actores relevantes, como las comunidades locales y las agencias de turismo, para asegurar una gestión sostenible del turismo en la isla.

Entre las atribuciones de los gobiernos municipales en el ámbito turístico se encuentran la promoción de la oferta turística local, la elaboración de planes y proyectos turísticos, el



desarrollo de infraestructura turística, la promoción de la formación y capacitación de los actores turísticos, y la coordinación con otros niveles de gobierno y entidades públicas y privadas para el desarrollo turístico sostenible.

Además, la Ley de Municipalidades establece que los gobiernos municipales deben garantizar la participación de las organizaciones y comunidades locales en el diseño y ejecución de proyectos turísticos, fomentando el turismo comunitario y sostenible. También se establece la obligación de los gobiernos municipales de proteger y preservar el patrimonio cultural y natural de su territorio, valorando su potencial turístico y promoviendo su difusión y conservación.



CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

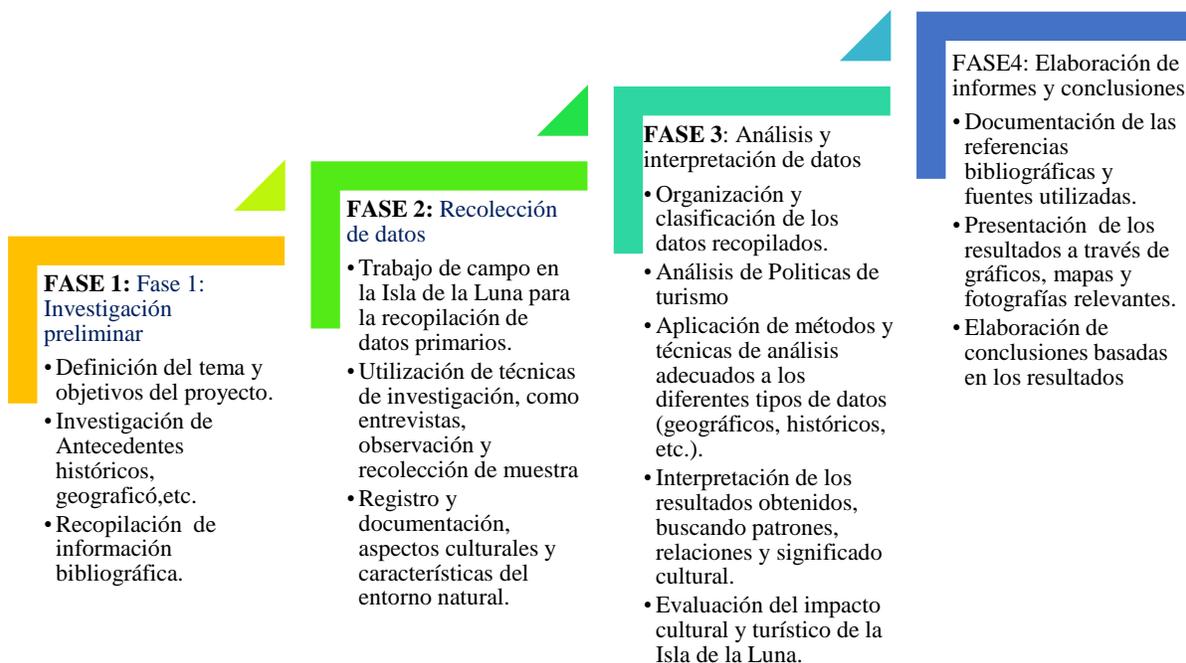


3 CAPÍTULO III: METODOLOGÍA Y ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO

3.1 ESQUEMA METODOLÓGICO DEL DIAGNÓSTICO

El esquema metodológico se presenta mediante 4 fases de las cuales se realizarán durante la primera etapa del proyecto ver **Figura 1**.

Figura 1: Esquema Metodológico del diagnóstico



Fuente: Elaboración propia



3.2 METODOLOGÍA

3.2.1 REVISIÓN DOCUMENTAL

La revisión documental es un proceso esencial en cualquier proyecto, ya que permite recopilar y analizar información relevante para el mismo. Según González-Betancourt, Marzal y Vila (2017), la revisión documental consiste en la búsqueda, selección, análisis y síntesis de información de diversas fuentes bibliográficas y documentales.

En el caso del proyecto de la Isla de la Luna, la revisión documental podría implicar la búsqueda y análisis de información sobre la ubicación geográfica de la isla, su historia y patrimonio cultural, las festividades y tradiciones locales, los establecimientos de hospedaje y otras actividades turísticas disponibles en la zona. También podría incluir la revisión de documentos y estudios previos sobre proyectos turísticos similares en la región.

Es importante mencionar que la revisión documental debe realizarse de manera crítica y rigurosa, asegurándose de utilizar fuentes confiables y verificando la veracidad y actualidad de la información recopilada. Asimismo, se debe considerar la diversidad de perspectivas y enfoques en la literatura existente sobre el tema en cuestión.

Durante el proceso de investigación se realizó una exhaustiva revisión documental que abarcó diferentes tipos de fuentes. Para la construcción del marco conceptual se recurrió a la consulta de diversos documentos, libros y proyectos relevantes en la temática abordada. Además, para la elaboración del diagnóstico del municipio de Copacabana, se llevó a cabo la revisión de diversos documentos oficiales, tales como planes, proyectos, PDM, entre otros, que permitieron obtener



información detallada sobre la situación actual del Municipio de Copacabana recopilando información de la Isla de la Luna.

Los documentos revisados con mayor frecuencia fueron:

- Proyectos de Grado sobre el Municipio de Copacabana.
- Plan de Desarrollo Municipal de Copacabana.
- Informe estadístico del Municipio de Copacabana.
- Diferente documentación en relación al Municipio de Copacabana y la actividad turística de la región.

3.2.2 METODOLÓGICA CUALITATIVA

La estrategia metodológica cualitativa es una aproximación a la investigación que se basa en la comprensión detallada de la experiencia humana, la perspectiva subjetiva y la interpretación del significado de los fenómenos sociales. Según López (2016), “La metodología cualitativa se enfoca en la comprensión de la complejidad de las interacciones humanas, y busca entender las perspectivas, motivaciones y comportamientos de los participantes”.

En el caso de la Isla de la Luna, esta metodología fue utilizada para obtener información detallada sobre la realidad social, cultural y económica en el proceso de investigación se utilizaron técnicas como la observación participante, entrevistas en profundidad y grupos focales, para obtener datos cualitativos que permitieran una comprensión profunda y detallada de la realidad de la Isla de la Luna.

Asimismo, según Gallego (2013), “La metodología cualitativa se caracteriza por ser flexible, permitiendo al investigador adaptar el proceso de investigación a las particularidades del contexto y del objeto de estudio. En el caso de la Isla de la Luna, la utilización de una estrategia



metodológica cualitativa permitió una aproximación más detallada y contextualizada a la realidad de la zona, lo que posibilitó un análisis más preciso y profundo de la misma”.

En cuanto al método cualitativo se realizó el trabajo de campo en el Municipio de Copacabana-Isla de la Luna, a partir del cual se pudo realizar la observación tanto de manera objetiva como subjetiva y por supuesto lograr un contacto directo con la comunidad y responsables de áreas que intervienen y forman parte del sector turístico, esto con el objetivo de realizar un estudio adecuado de la situación actual del lugar.

Del mismo modo se realizaron entrevistas a diferentes Autoridades del sector de T, así como a algunos pobladores de Copacabana y la comunidad a modo de recolectar información acerca de la gestión, comercialización y promoción del destino y el desarrollo de la actividad turística, entre otros. Se realizaron las entrevistas a:

- Guía Local: Porfirio Mamani.
- Lancharo: Félix Mamani.
- Presidente de la Comunidad Isla de La Luna: Gary Rojas.

Entrevista a:

- Lic. José Luis Rodríguez- Coordinador del Viceministerio de Turismo.
- Lic. Efraín Quenta Ticona- Secretario Departamental de Turismo y Culturas.

El propósito de la investigación cualitativa es conocer la experiencia tradicional y cotidiana de los pobladores de este lugar, todo lo que forma parte del sector turístico de forma directa e indirecta, como variables cualitativas están las conductas observadas, gustos, preferencias tanto de los pobladores como de los visitantes.



3.2.3 METODOLÓGICA CUANTITATIVA

“La investigación cuantitativa se enfoca en los aspectos observables y medibles... utilizando la metodología empírico-analítica y pruebas estadísticas para el análisis de datos” (Cáceres, 1996). Según Spedding (2012), “la investigación cuantitativa en ciencias sociales trata temas o datos que pueden ser medidos y expresados en términos numéricos”.

Para llevar a cabo el método cuantitativo en el proyecto que se pretende realizar en el Municipio de Copacabana- Isla de la Luna, se realizaron encuestas con preguntas de carácter cualitativo y cuantitativo a 90 personas relacionadas con la actividad turística en la Isla de la Luna. Los datos obtenidos de estas encuestas se analizaron utilizando porcentajes no probabilísticos para el desarrollo del proyecto.

El objetivo de la investigación cuantitativa es examinar los datos estadísticos sobre la actividad turística en la isla de la Luna para tomar decisiones precisas que ayuden a alcanzar los objetivos del proyecto. Las variables cuantitativas en el sondeo realizado y los datos estadísticos revisados incluyen el tiempo de estadía, las actividades de interés, los días de estancia, entre otros.

3.2.4 INSTRUMENTOS

Los instrumentos que se aplicaron para la obtención tanto de información cuantitativa como cualitativa fueron:

- Cámaras
- Fichas de observación de campo
- Hojas estructuradas para las entrevistas
- Libreta de notas
- Grabadoras de voz
- Celular



CAPÍTULO IV

DIAGNÓSTICO



4 CAPITULO IV: DIAGNÓSTICO

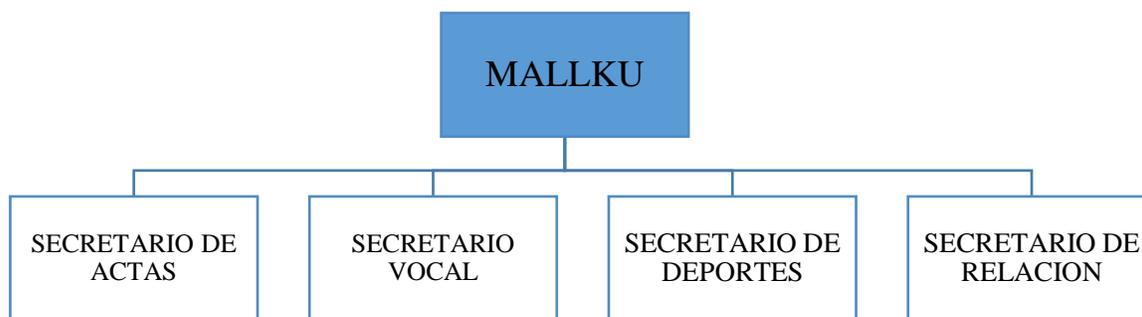
4.1 UBICACIÓN GEOGRAFICA Y POLÍTICA EN EL AREA DE INTERVENCIÓN DEL PROYECTO

4.1.1 MARCO INSTITUCIONAL

Se realizó un estudio del emprendimiento "WARMÍ THAKHI", que pertenece a la Asociación de Turismo Comunitario de Coati - Isla de la Luna. Durante varios años, este emprendimiento colaboró con la red Apathapi, pero a partir de los años 2020 y 2021, decidió operar de manera independiente.

En cuanto a la estructura jerárquica de la comunidad, ésta se conforma de la siguiente manera ver la Figura 2 .

Figura 2: Organigrama de la Comunidad



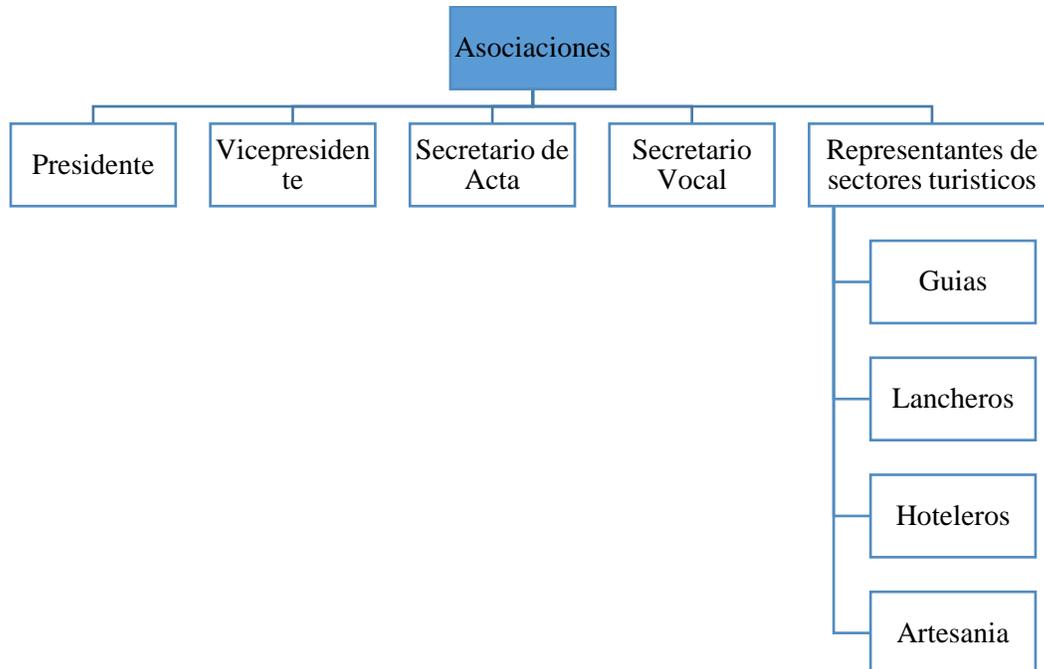
Fuente: Elaboración en base a entrevista

La comunidad de Coati cuenta con una estructura organizativa que funciona tanto como comunidad indígena originaria como asociación de turismo comunitario "Warmi Thakhi". Según el representante del sector turístico, las autoridades son elegidas de manera organizada por turnos, rotando en los sectores de servicios. Además, se realizan reuniones "ordinarias" cada



fin de mes, mientras que, si surge algún imprevisto y es necesario convocar una reunión, se le denomina "extraordinaria",

Figura 3: Asociaciones



Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas

En la comunidad de Coati, se pueden encontrar diversas asociaciones que ofrecen servicios turísticos a los visitantes. Estas asociaciones incluyen guías turísticos comunitarios locales, hospedaje en hostales familiares lanchas comunitarias, artesanías, danzas, música, entre otros. Para ofrecer estos servicios de manera organizada, eficiente y con calidad, los miembros de la comunidad se organizaron en pequeños comités y conformaron asociaciones para cada rubro dentro de la actividad turística.



El emprendimiento comunitario "Warmi Thakhi" está conformado por diferentes asociaciones hasta el 2022, fue presidido por Porfirio Mamani. Es relevante destacar que este cargo tiene una duración de un año.

Cabe mencionar que “El departamento de arqueología de la ciudad prioriza iniciativas encaminadas a mejorar la calidad de vida de la comunidad, como la instalación de paneles solares, la mejora de la escuela, la provisión de agua potable y la infraestructura de la casa cultural. No obstante, se menciona que hasta el momento se han realizado pocas investigaciones en el campo de la arqueología y no se han llevado a cabo proyectos relacionados con el turismo en la comunidad” indicó, Porfirio Mamani.

Según (Gary Rojas, 2023) “La dirección de arqueología ha enfocado sus esfuerzos en proyectos que benefician directamente a la comunidad, aunque se sugiere que podría ser necesario impulsar más iniciativas relacionadas con la actividad turística para aprovechar el potencial en la Isla de la Luna en ese ámbito”.

4.1.2 NORMATIVA EN EL DESTINO

En entrevista previa se indica que “Las normas y leyes internas de la comunidad originaria se respetan. La población se maneja y camina en esa dirección, es de acuerdo a las normas de la comunidad, esta se maneja según el tipo de falta” (Entrevista a Porfirio Mamani junta de vecinos Isla de la Luna, 4/06/2023).

La comunidad cuenta con reglas y normas que se encuentran detalladas en el estatuto orgánico y la personería jurídica. En el estatuto se establecen las faltas graves y leves que pueden cometer los miembros de la comunidad.



Por otro lado, cabe mencionar que, “Las disputas que pueden ocurrir en la comunidad, como las peleas entre esposos, entre hermanos y robos, pueden ser solucionadas por la comunidad misma, sin embargo, delitos graves como violación o asesinato son remitidos a la autoridad máxima del Ayllu y deben ser tratados por la justicia ordinaria. En consecuencia, la mayoría de los asuntos se resuelven a través de la justicia comunitaria, a menos que sean considerados muy graves” (Entrevista a Porfirio Mamani junta de vecinos Isla de la Luna, 4/06/2023).

Existe una organización interna que se encarga de establecer y hacer cumplir las normas y regulaciones. Esta organización se compone de una mesa directiva y un presidente, quienes se encargan de velar por el cumplimiento de las normas por parte de los miembros de la comunidad y de los visitantes.

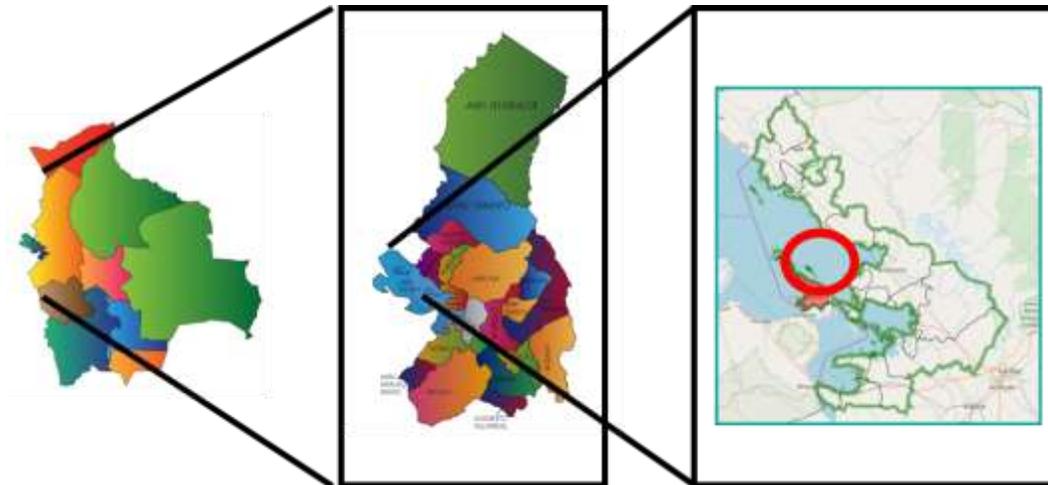
4.1.3 MARCO GEOGRÁFICO

4.1.3.1.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La Isla de la Luna se encuentra ubicado en el Departamento de La Paz-Municipio de Copacabana. “La Isla de la Luna, también conocida como Coati, es una pequeña Isla que está ubicada en el Lago Titicaca, específicamente en el municipio de Copacabana, primera sección o cantón Sampaya, y se encuentra a una distancia de 8 km de la Isla del Sol. De la Riva Ignacio y Burrowes (2020), ver **Figura 4** y **Figura 3**.



Figura 2 Ubicación Geográfica Isla de la Luna



Fuente: Elaboración Propia

Figura 3 Mapa de la Isla de la Luna



Fuente: Elaboración propia en base a Google Earth



4.1.3.1.2 DISTRITO COMUNIDADES Y CENTROS POBLADOS

El municipio de Copacabana se divide en 3 distritos que son:

- *Distrito de Copacabana
- *Loc'ka
- *Sampaya.

La Isla de La Luna pertenece al distrito de Sampaya tal como se muestra en la Tabla 1 como también están las comunidades de Challa, Challapampa, Yumani, Chañi, Kollasuyo, Chachapoyas, Chachapoyas, Kellay Belen, Santa Ana, Sicuari, Siripaca, Titicachi y Yampupata.

Y los centros poblados son: Yampupata, Yumani y Sampaya.

Tabla 1 Distrito y Comunidad

DISTRITO	COMUNIDAD
Copacabana	Alto San Pedro
	Chamacani
	Chapampa
	Chissi
	Huacuyo
	Marca Kosco
	San Miguel de Hueko
	Sopacachi
	Tocopa
	Cusijata
	Ajanani
Loc'ka	Hisk'a Cota
	Kasani
	Copacati
	Huayra Sucupa
	Viluyo
	Sahuiña
Sampaya	Chachapoyas
	Challa



	Challapampa
	Yumani
	Chañi
	Kollasuyo
	Isla Coati
	Kellay Belen
	Santa Ana
	Sicuani
	Siripaca
	Titicachi
	Yampupata

Fuente: Elaboración Propia en base a PDTI GAM- Copacabana (2016-2020)

4.1.3.1.3 ASPECTOS POLÍTICOS Y ADMINISTRATIVOS

Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, 2022 “Propone políticas, estrategias y disposiciones reglamentarias para el fortalecimiento y la revalorización del sector turístico a nivel nacional e internacional, con énfasis en turismo comunitario en el marco de un Plan Plurinacional de Desarrollo Productivo, por otro lado diseña programas y proyectos para el fortalecimiento del sector turístico establecido y el desarrollo de nuevos emprendimientos, con énfasis en el turismo comunitario y promover, fomentar y proteger a través de programas y proyectos nuevos emprendimientos de las comunidades urbanas y rurales, las naciones y pueblos indígena originario campesinos, para desarrollar la actividad turística en coordinación con las instancias correspondientes en beneficios de las mismas”.

La UNESCO ha declarado el Lago Titicaca, incluyendo la Isla de la Luna, como Patrimonio Cultural y Natural de la Humanidad. Además, que es "Un sitio arqueológico y religioso importante en la región, que contiene elementos que representan una importante fusión de las culturas precolombinas y andinas".



En cuanto a la administración de la Isla de la Luna, esta se encuentra bajo la jurisdicción del municipio de Copacabana, el Gobierno Autónomo Municipal de Copacabana. El municipio es responsable de la planificación urbana, el desarrollo local, la prestación de servicios públicos y la protección del patrimonio cultural y natural de la región.

En términos políticos, “La Isla de la Luna es parte del Estado Plurinacional de Bolivia y está sujeta a las leyes y regulaciones del país. El gobierno boliviano es responsable de garantizar la seguridad y protección de la isla, así como de garantizar el acceso a servicios básicos como el agua y la electricidad para sus habitantes.” (Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, 2022).

4.1.3.1.4 CARACTERÍSTICAS NATURALES

4.1.3.1.4.1 CLIMA

La Isla de la Luna tiene un clima frío y seco. Las temperaturas promedio en la zona suelen oscilar entre los 8°C y los 17°C, con una estación seca de abril, agosto y una estación húmeda de noviembre a marzo (SENAMHI, 2021).

En cuanto al clima de la Isla de la Luna, según un artículo publicado por el diario boliviano El Deber, la isla tiene un clima frío y seco, con temperaturas que oscilan entre los 5 y 20 grados Celsius durante todo el año. Las lluvias son escasas y se concentran principalmente entre los meses de diciembre y marzo.

En ambos casos se menciona que la isla tiene un clima frío y seco, con temperaturas que varían entre los 8°C y los 17°C, o los 5 y 20 °C. Además, se señala que la estación seca se extiende de abril y agosto, mientras que la estación húmeda va de noviembre a marzo. También se indica



que las lluvias son escasas y se concentran principalmente entre los meses de diciembre y marzo (SENAMHI, 2021).

4.1.3.1.4.2 ECOSISTEMAS VEGETALES Y ANIMALES

Según el sitio web del Gobierno Autónomo Municipal de Copacabana, “La Isla de la Luna está rodeada de aguas cristalinas. Además, la isla tiene terrenos montañosos cubiertos de hierba y arbustos, con varios senderos que llevan a lugares de interés”.

De acuerdo con un artículo publicado por la revista National Geographic en su sitio web, “En la Isla de la Luna se pueden encontrar diferentes especies de plantas, incluyendo cactus, paja brava, queñoa y molle, entre otras. También hay una variedad de animales, como vicuñas, llamas, alpacas y vizcachas, así como una variedad de aves acuáticas como gaviotas y patos”.

En este sentido se destaca que “La Isla de la Luna cuenta con una variada flora y fauna. En cuanto a la flora, se pueden encontrar plantas acuáticas como la totora, y terrestres como la koa, papa, quinua, haba, maíz, entre otras especies” (Gobierno Autónomo Municipal de Copacabana, 2016).

En cuanto a la fauna, se pueden observar unas 40 variedades de aves, entre las que se encuentran el allkamari, patos zambullidores, patos salvajes, la choka, el pato naranjado, el sulluki y otras especies nativas del lago, así como halcones, marías y aves pequeñas. En cuanto a los peces, se destacan el suche, el carachi negro, carachi amarillo, carachi blanco, carachi enano, carachi gringo, ispi, mauri, y especies introducidas como trucha y pejerrey. También hay camélidos para la crianza, como llamas y alpacas, y ovinos (ovejas) (Gobierno Autónomo Municipal de Copacabana, 2016)



4.1.3.1.5 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La Isla de la Luna tiene una rica historia que se remonta a la época precolombina, cuando fue habitada por diversas culturas indígenas, a continuación, se presentan algunos antecedentes históricos de la Isla de la Luna:

Según el Ministerio de Culturas y Turismo de Bolivia, “La Isla de la Luna fue habitada por los aymaras y los quechuas, dos de las culturas prehispánicas más importantes de la región andina. Estas culturas se establecieron en la isla alrededor del año 1000 d.C. y desarrollaron una serie de técnicas agrícolas y arquitectónicas que les permitieron sobrevivir en un entorno difícil”.

Durante el Imperio Inca, “La Isla de la Luna” se convirtió en un lugar sagrado y fue utilizada como centro religioso y ceremonial. Según la tradición oral, se dice que la isla fue el lugar donde se originó la dinastía inca y donde se fundó el templo de la diosa lunar Mama Quilla. Durante la época colonial, la Isla de la Luna fue evangelizada por los misioneros españoles, quienes construyeron una iglesia en la isla y comenzaron a enseñar la religión católica a la población indígena” (Ministerio de Culturas y Turismo de Bolivia).

Durante la Guerra de la Independencia de Bolivia en el siglo XIX, la Isla de la Luna fue escenario de varios enfrentamientos entre las fuerzas independentistas y las fuerzas españolas. La isla fue un lugar estratégico debido a su posición en el lago Titicaca y su proximidad a la ciudad de La Paz.

4.1.3.1.6 LEYENDAS

La leyenda de Manco Kapac y Mama Ocllo relata el origen mítico de los primeros incas, quienes según la tradición salieron del lago Titicaca en busca de un lugar para establecer su imperio, y



lo encontraron en la Isla de la Luna. Allí, fundaron el templo de Ññaq Uyu o convento de las vírgenes. (Albó, 1998).

La leyenda de la serpiente y el sapo, originaria de Sampaya, cuenta la historia de una isla que era en realidad una serpiente que tenía que casarse con un sapo para cumplir su destino. Sin embargo, su cabeza fue cortada antes de que pudiera llegar a su destino, y se dice que su corona de oro aún se encuentra en el fondo del lago (Tropico ABC, 2011).

La leyenda de la Kantuta narra la historia de una Ñusta llamada Kantuta, quien fue escogida para ser sacrificada al Dios Sol. Sabiendo su destino, la joven se suicidó unos días antes del sacrificio, y de su sangre brotaron unas pequeñas plantas que, al crecer, dieron lugar a las flores multicolores que llevan su nombre (Pocho, 2014).

4.1.3.1.7 ASPECTOS SOCIALES, CULTURALES, INSTITUCIONALES Y ECONÓMICOS DE LA POBLACIÓN

Los aspectos sociales, culturales, institucionales y económicos de la población de la Isla de la Luna son interdependientes y están influenciados por su ubicación geográfica, su historia y su cultura. A continuación, se describen estos aspectos con mayor detalle:

4.1.3.1.7.1 ASPECTOS SOCIALES:

La población de la Isla de la Luna es en su mayoría de origen aymara, y han mantenido sus tradiciones y costumbres a lo largo del tiempo. La agricultura y la pesca son las actividades principales de subsistencia, y los habitantes de la isla han desarrollado sistemas de organización comunitaria para compartir y distribuir los recursos de manera equitativa. La familia es una unidad importante en la sociedad aymara, y los valores comunitarios son valorados sobre los intereses individuales.



4.1.3.1.7.2 ASPECTOS CULTURALES:

La cultura aymara se ha desarrollado en la región andina de América del Sur durante siglos, y ha sido influenciada por las tradiciones prehispánicas y la colonización española. La religión y la cosmovisión aymara están basadas en la conexión con la naturaleza y los espíritus de los antepasados. La música y la danza son aspectos importantes de la cultura aymara, y se utilizan en ceremonias y festividades para honrar a los dioses y las deidades andinas.

4.1.3.1.7.3 ASPECTOS INSTITUCIONALES:

La Isla de la Luna es parte del municipio de Copacabana, en la provincia de Manco Kapac, departamento de La Paz. Las autoridades municipales son responsables de la gestión de los servicios públicos y el desarrollo local, y trabajan en colaboración con la comunidad para promover el bienestar y la mejora la calidad de vida de los habitantes de la isla.

4.1.3.1.7.4 ASPECTOS ECONÓMICOS:

La economía de la Isla de la Luna está basada en la agricultura y la pesca, y se complementa con el turismo. La isla es un destino turístico popular debido a su rica cultura y patrimonio natural, los visitantes vienen a la isla para aprender sobre la cultura indígena y las tradiciones ancestrales de la comunidad aymara. El turismo ha generado oportunidades económicas para la población local, que ofrece servicios turísticos como alojamiento, transporte y guía turística.

4.1.3.1.8 DEMOGRAFÍA Y MIGRACIONES

Tabla 2: Población según sexo

POBLACIÓN SEGÚN SEXO				
ÁREA	Número de habitantes			
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	%
Bolivia/1	5.807.754	5.825.617	11.633.371	100%
Depto. La Paz/1	1.446.083	1.480.913	2.926.996	25%



Copacabana/1	7.485	7.889	15.374	0.1%
Porcentajes	48.7	51,3	100,00	
Copacabana/2	7.467	7.871	15.338	
Copacabana/1	7.485	7.889	15.374	
1:2020 /2:2019				

Fuente: Elaboración en base a datos INE, 2020

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE) en Bolivia, la población del municipio de Copacabana ha experimentado un incremento desde el año 2015 hasta el 2020. En 2015, la población registrada fue de 15,226 habitantes, la cual aumentó a 15,299 habitantes en 2018, y finalmente se llegó a 15,374 habitantes en el año 2020 (INE, 2020), ver **Tabla 2**.

Por otro lado, según los datos proporcionados por Mamani, la Comunidad Coati cuenta con alrededor de 80 a 85 personas, distribuidas en 25 familias. Estos números dan una idea de la comunidad íntima y cercana que existe en este lugar. (Entrevista a Porfirio Mamani junta de vecinos Isla de la Luna, 4/06/2023).

En este sentido las 25 familias que viven en la Isla de la Luna en el lado Boliviano del Titicaca y 85 pobladores de la Isla (LA PRENSA, 2019).

4.1.3.1.9 POBREZA Y DESARROLLO HUMANO

Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) de Bolivia, en 2020 la tasa de alfabetización en el país era del 97,89%, lo que representa un aumento respecto a años anteriores (INE, 2020). Sin embargo, aún existen diferencias significativas entre las zonas urbanas y rurales, donde la tasa de alfabetización es menor.

“La pobreza lamentablemente, como ocurre en muchos lugares de Bolivia y de otros países, también es un problema en la Isla de la Luna. La falta de acceso a servicios básicos como agua



potable, electricidad (solo se tiene paneles solares), educación y atención médica, así como la falta de oportunidades económicas, son algunos de los factores que contribuyen a la pobreza en la isla. Además, la población de la Isla de la Luna es en su mayoría indígena” Indicó, (Entrevista a Porfirio Mamani junta de vecinos Isla de la Luna, 4/06/2023).

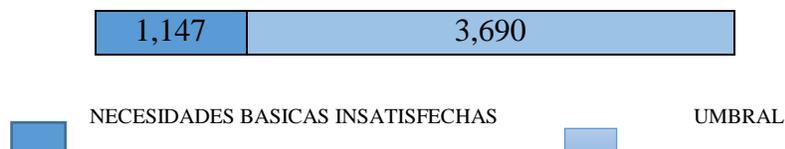
En el siguiente cuadro se puede observar del Censo Nacional de Población y Viviendas del 2001-2012 ya que son los últimos datos que se pudo recabar que para el año 2012 entre la población no pobre con necesidades básicas satisfechas de 1,147 de habitantes y con Umbral 3.690 de habitantes ver **Tabla 3**.

Tabla 3: Pobreza y desarrollo Humano

DETALLE			2001	2012
Población total			14,586	14,931
Población en viviendas particulares (estudiada) (a)			13,954	14,367
Porcentaje de Población en situación de NBI (%)			87.7	66.3
Población por situación de pobreza	No Pobre	Necesidades Básicas Satisfechas	202	1,147
		Umbral	1,511	3,690
	Pobre	Moderada	7,977	7,305
		Indigente	4,210	2,194
		Marginal	54	31

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda – INE 2001 – 2012

Población no pobre



Población pobre





Fuente: Elaboración propia en base al Servicio Estatal de Autonomías

Entre la población pobre se puede ver en el cuadro anterior que en la pobreza moderada están 7.305 habitantes, los habitantes indigentes 2,194 y en los marginales 31 habitantes.

4.1.3.1.10 VALORES, IDENTIDAD CULTURAL E IDIOMA

“La Isla de la Luna es un lugar de gran valor cultural e histórico, ya que ha sido habitada desde hace muchos años por diferentes culturas estos pueblos dejaron importantes vestigios arqueológicos en la isla, como estructuras de piedra y cerámicas” Indicó, (Entrevista a Porfirio Mamani junta de vecinos Isla de la Luna, 4/06/2023)

Idioma: Aymara y español.

Religión: la mayoría de la población es católica, en menor cantidad evangélicos.

Identidad cultural:

- **Medicina tradicional:** se practica en toda la isla, ya que no tienen ni una posta sanitaria. Cualquier dolor o problema de salud lo solucionan con el uso de plantas medicinales, como ser muña, eucalipto, romero, etc.
- **Artesanía:** La isla es conocida por su producción textil y por sus bordados hechos a mano, que son un importante elemento de la identidad cultural de la región. La vestimenta tradicional de las mujeres de la Isla de la Luna incluye una pollera y un chal, ambos con diseños y bordados únicos que reflejan la cosmovisión andina.
- **Gastronomía:** El plato típico es la sopa de pescado “Wallaque”, pero hay otros también como el Ph`esque de quinua, el Phiri del maíz. Entre las bebidas se tiene de quinua, de tarwi, de cebada, de cañahua, entre otros.



- **Vestimenta:** varones con pantalones blancos de bayeta, camisa blanca y cargado de awayo multicolor rosado con sombrero blanco. Las mujeres con pollera rosada, manta verde, chompa blanca, sombrero negro, igual cargan un awayo multicolor.

Fechas festivas: se detallan en el siguiente ver

- **Tabla 4.**

Tabla 4 Fechas festivas en la Isla De La Luna

FESTIVIDAD	FECHA
Carnavales	Febrero
Fiesta Patronal de la Encarnación	25 de Marzo
Pascuya	Abril-Mayo
Solsticio de Invierno	21 de Junio
Koya Raymi - Fiesta de las ñustas o elegidas	21 de Septiembre
Ofrenda al lago	21 de Septiembre
Todos los Santos	2 de Noviembre
Wilancha	24 de Diciembre

Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo

Koya Raymi, fiesta de la fertilidad y la siembra en la Isla de la Luna proviene del quechua Koya (mujer virgen elegida en el imperio) y Raymi (fiesta del sol). El 21 de septiembre es el equinoccio de primavera y comienza la temporada de siembra, por lo que esta festividad simboliza el ritual sagrado de la fertilidad. de la tierra y las mujeres, es una de las fechas más importante de la Isla. (Huayhua)

4.1.3.1.11 PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN POR IDIOMA MATERNO

Según el Programa de Transformación y Desarrollo Integral (PTDI) en su Informe Final de la Estrategia de Desarrollo de la Región Autónoma del Lago Titicaca, el porcentaje de la población



por idioma materno en la Isla de la Luna varía significativamente en comparación con el resto del país.

Según los datos del censo 2012, “El idioma más hablado en la Isla de la Luna es el aymara, con el 99,6% de la población, mientras que el castellano representa solo el 0,4%. Sin embargo, según los datos del censo 2012, el porcentaje de personas que hablan castellano aumenta hasta el 8,2%, mientras que el número de personas que hablan aymara disminuye en un 26,5%, quedando en un 73,5%”.

Es importante destacar que estos datos corresponden únicamente a la población de 4 años o más que declararon tener un idioma materno y residen en la Isla de la Luna.

Por lo que el Aymara, sigue siendo el idioma predominante en la Isla de la Luna, pero el castellano ha ido ganando terreno en los últimos años. Estos datos muestran la importancia de preservar y valorar la diversidad lingüística en Bolivia y en el mundo.

4.1.3.1.12 INDICADORES ECONÓMICOS

4.1.3.1.12.1 CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS

La isla es conocida por su rica historia y su belleza natural, pero también tiene características económicas únicas. Debido a su ubicación aislada en el lago, la isla tiene una economía basada principalmente en la agricultura y la pesca, aunque también se está desarrollando un turismo sostenible.

“La mayoría de las personas que viven en la Isla de la Luna son de origen aymara y practican la agricultura en pequeña escala, cultivando principalmente papa, maíz, quínoa y habas. Además, la pesca en el lago es una actividad importante para muchos habitantes de la isla. La mayoría de



la producción agrícola y pesquera se destina al consumo interno y al intercambio en los mercados locales de la región” (Entrevista a Porfirio Mamani junta de vecinos Isla de la Luna, 4/06/2023)

En los últimos años, la isla ha comenzado a desarrollar un turismo sostenible, con visitantes que buscan explorar la rica historia y la cultura de la isla, así como su belleza natural. Se han establecido familias organizadas que ofrecen alojamiento, alimentación y actividades turísticas, como paseos en bote y caminatas guiadas por la isla.

A pesar de sus características económicas limitadas, ver

Tabla 5, la Isla de la Luna ha logrado mantener su cultura y tradiciones ancestrales, así como su belleza natural única. La economía de la isla sigue siendo principalmente de subsistencia, pero el turismo sostenible ofrece una oportunidad para el desarrollo económico y la preservación de la identidad cultural de la isla.

Tabla 5 Características económicas en la Isla de la Luna

ACTIVIDAD	UBICACIÓN	OBSERVACIÓN	ESTACIONES
Piscicultura	En el lago Titicaca en cercanías de la comunidad	Principalmente la trucha, especie que se introdujo al lago y se adaptó muy bien al clima, el pejerrey que también es introducida se encuentran también especies	Todo el año. 



		nativas de peces como el karachi, ispi, mauri entre otros	<i>Fuente: Criadero de Peces, Fotografía: Ticona Mamani Lizeth Jacqueline 04-06-2023.</i>
Agricultura	En las terrazas agrícolas, por aynocas cada año va rotando el lugar	En la comunidad se tiene una variación de cultivos, entre los principales se encuentran haba, papa, maíz.	La siembra empieza a partir del 21 de septiembre, y la cosecha es hasta fines de mes de mayo del siguiente año.  <i>Fuente: Agricultura, Fotografía: Ticona Mamani Lizeth Jacqueline. 04-06-2023.</i>
		Estos cultivos se complementan con la producción de cebada y trigo, además de la producción de quinua y otros productos en menor cantidad	
Ganadería	En la cima de la Isla	Crianza de camélidos como llamas, ovinos, porcinos y aves	Todo el año.  <i>Fuente: Ganadería, Fotografía: Orellana Salinas Carolina. 04-06-2023.</i>



Turismo	En el lago, orillas y la Isla en sí.	Turismo vivencial, comunitario, cultural naturaleza, etc.	Todo el año, principalmente en la temporada alta (Noviembre, Diciembre, Enero)  <i>Fuente: Turismo Iñak Uyu, Fotografía: Mamani Porfirio.08-06-2023.</i>
Venta de Artesanías	En el muelle, en la entrada del templo de "Iñak Uyu"	Manillas, collares, cinturones entre otros	Todo el año.  <i>Fuente: Venta de Artesanías, Fotografía: Orellana Salinas Carolina. 04-06-2023.</i>

Fuente: Elaboración Propia en base a entrevista

Condición económica actual: actualmente, con la pandemia la comunidad en su mayoría se dedicó a la agricultura, recién a partir de mayo 2021 se volvió a retomar la actividad turística, pero como principal actividad económica se mantiene la agricultura y el turismo.



4.1.3.1.13 AGRICULTURA

En la Isla de la Luna, la totalidad de la tierra es cultivable y se sigue un calendario agrícola establecido por la Cruz Chacana que indica las fechas óptimas para la siembra y cosecha, junto con otros bioindicadores. En cuanto a los productos agrícolas más destacados en la isla, se detallan en la **Tabla 6** a continuación:

Tabla 6 Agricultura Isla de la Luna

PRODUCTO	TEMPORADA	DESCRIPCIÓN
Papa	El 2 a 4 de noviembre, 4 de noviembre (San Martín) primera siembra	La Isla de la Luna, debido a las condiciones de humedad, la siembra de papas se lleva a cabo en estas fechas, a diferencia de la Isla del Sol donde se planta en octubre. Entre la diversidad de tipos de papas cultivadas en la Isla de la Luna, se encuentran variedades utilizadas específicamente para la producción de chuño, como la negra imilla, sane, el sapatitas y chaskasane. Estas variedades representan una parte importante de la cultura y la tradición agrícola de la comunidad local.
Oca	Primeros días de noviembre, 4 de noviembre (San Martín) primera siembra	Se cosecha en el mes de abril hasta mediados de mayo
Haba, alverja	Octubre siembra, mayo cosecha	La cosecha es en mayo
Chuño	27 de mayo hasta 24 de junio	La helada entra por estas fechas lo que hace posible la elaboración del chuño
Maíz	Octubre siembra, mayo cosecha	La siembra de maíz se realiza durante la temporada de primavera o principios del verano.

Fuente: Elaboración Propia en base a entrevista



La siembra en la Isla de la Luna se divide en dos etapas, según los bioindicadores que indican la sequía o helada se adelante o retrase. La primera etapa se realiza del 2 al 4 de noviembre, mientras que la segunda etapa se realiza del 15 de noviembre al 8 de diciembre (Instituto Nacional de Estadística de Bolivia, 2020). Por su parte, la cosecha se lleva a cabo entre abril y mediados de mayo (Instituto Nacional de Estadística de Bolivia, 2020).

Entre las plantas frutales que se cultivan en la Isla de la Luna se encuentran el durazno, la tuna, la lujma, los ciruelos, la granadilla y el tumbo. La tuna se planta en abril y mayo hasta junio, mientras que el ciruelo, la lujma y el durazno se plantan para febrero de carnavales. No obstante, estos cultivos no se producen en grandes cantidades.

El sistema de riego en la Isla de la Luna se produce con la lluvia y el estanque con bomba de agua. Cada familia tiene una pila, y el estanque hecho de cemento se encuentra en la parte superior de la comunidad, encima de la cancha de fútbol.

Las herramientas de agricultura que se utilizan en la Isla de la Luna fueron fabricadas por los comunarios para sus actividades, y no se utilizan maquinarias pesadas para su agricultura. En su lugar, se basan en su conocimiento ancestral. Para la siembra se utiliza el “Whiso”, que es un palo curvo con reja de hierro y cuero de la llama. Para la cosecha se utiliza el “Tuntillos” o “Lijuana”, que es un palo con curva, se amarra con el cuero de la llama y una reja. Para la fumigación, los comunarios utilizan un producto llamado “Karate”, que es una sustancia similar a un veneno que protege a las plantas del gusano de la papa, unos bichos parecidos a los piojos en habas, y "picuchos" en el maíz. Las plagas atacan en la temporada de siembra, y comienza el "deshierbe" cuando la planta alcanza entre 10 y 15 centímetros. Después, se fumiga con una



frecuencia de tres veces antes de la cosecha, el abono utilizado es natural, hecho con las bolas de las ovejas y llamas (Instituto Nacional de Estadística de Bolivia, 2020).

4.1.3.1.14 GANADERÍA

Según el PTDI 2016-2020 “En la Isla de la Luna, se crían en pequeñas cantidades ovinos, camélidos como las llamas y alpacas, y porcinos. Cada familia posee alrededor de 15 ovejas, de 3 a 4 llamas y 2 porcinos, aunque no crían aves de corral como gallinas o patos. La vaca se utiliza para la producción de queso, mientras que la oveja y la llama se utilizan para obtener lana y carne. La llama también es utilizada como animal de carga para transportar productos durante el tiempo de cosecha y como ofrenda a la Pachamama el 24 de diciembre, para pedir un buen augurio en la producción agrícola y pesquera, salud, educación y turismo, y se consume en Navidad”.

La lana de oveja es procesada con Kapos para producir camas, alfombras y prendas como chalinas, cinturones y sombreros. Además, utilizan tintes naturales para sus artesanías. El cuero se utiliza para asientos y para la pesca como abrigo, combinado con la lana para combatir el frío. (PTDI 2016-2020).

4.1.3.1.15 PISCICULTURA

En la región de Titicaca, cada familia posee de 1000 a 5000 unidades de trucha en sus criaderos (Olivares ,2018). La producción de truchas se divide en tres etapas de crecimiento. La primera etapa, denominada Alevinos por los comunarios, consiste en la compra de truchas pequeñas provenientes del Perú. Durante esta etapa, el alimento utilizado es el denominado "inicio", que tiene un tamaño menor al de una bola de quinua. Cuando las truchas están más grandes, se utiliza el "pre-inicio", cuyo tamaño es igual o mayor que el de una bola de quinua. Ambos alimentos



son comprados del Perú (Entrevista a Porfirio Mamani junta de vecinos Isla de la Luna, 4/06/2023)

La segunda etapa, se inicia cuando las truchas tienen un tamaño de 10 a 15 cm. Durante esta etapa, se alimentan de ispi, un pez pequeño nativo del lago Titicaca, el cual es mezclado con el alimento de peces. El ispi debe tener una edad de 8 meses a 1 año para ser comercializado (Olivares et al., 2018).

Las herramientas utilizadas para la producción de truchas incluyen estructuras de madera en forma de cajón para los criaderos, redes gruesas clasificadas por números (1, 1 ½, 2), plastoformo para resguardar los huevos, cuerdas o pitas hechas de fibra o plástico, y botes de madera para dar de comer a los peces, cambiar redes y realizar otras actividades (Entrevista a Porfirio Mamani junta de vecinos Isla de la Luna, 4/06/2023).

La mitad de las familias de la región trabajan con criaderos de truchas, pero la fuerza de trabajo se ve limitada por la edad de los comunarios. Las personas de la tercera edad ya no pueden realizar esta actividad, por lo que solo la mitad de las familias continúa con la producción de truchas. Además de la producción en criaderos, también se lleva a cabo la pesca de truchas criollas, pejerrey o Karachi en otras partes del lago, utilizando anzuelos y redes de pesca (Olivares et al., 2018).

4.1.3.1.16 PRODUCTOS DERIVADOS

Las comunidades obtienen diversos productos naturales a partir de sus actividades agrícolas y ganaderas, además de generar productos derivados. Entre estos productos, destacan:



- La lana de oveja, que se utiliza para la elaboración de camas de dormir, alfombras, chalinas, cinturones y sombreros. Para su procesamiento se utilizan instrumentos de hilado y tejido, como los kapos.
- El queso, producido con la leche de vaca. Para su elaboración se utiliza el capaterio o testera, una trenza hecha de paja brava, y pastillas de cuajo. Antiguamente se utilizaba la tripa de oveja o conejo para hacer el cuajo.
- Teñidos naturales para sus artesanías con plantas.
- El cuero, que se utiliza para la fabricación de asientos y abrigos para la pesca combinado con la lana para combatir el frío.
- La llama, utilizada como animal de carga para transportar productos durante la época de cosecha. También se emplea para hacer ofrendas a la Pachamama el 24 de diciembre, en busca de una buena producción agrícola y pesquera, así como en favor de la salud, educación y turismo. En navidad, se consume su carne.

Estas actividades y productos son importantes para la subsistencia y la economía de las comunidades.

4.1.3.1.17 BIOINDICADORES

La isla de la Luna, ubicada en el lago Titicaca, cuenta con una gran biodiversidad y es hogar de diversos bioindicadores que permiten evaluar el estado del ecosistema y la calidad del agua.

Algunos de estos bioindicadores son:

La trucha (*Oncorhynchus mykiss*) es un pez introducido en el lago Titicaca con fines de agricultura y pesca deportiva. Su presencia en la isla de la Luna indica la alteración del ecosistema acuático y la introducción de especies exóticas (Callisaya, 2021).

Las algas son bioindicadores de la eutrofización y la contaminación del agua. Un estudio realizado en el lago Titicaca encontró una disminución en la diversidad de algas en la isla de la



Luna, lo que sugiere una alteración en el ecosistema acuático y un aumento en la contaminación (Vargas et al., 2015). Entre los bioindicadores se tienen detallado en el siguiente cuadro:

Tabla 7 Bioindicadores

BIOINDICADOR	TIPO	DEFINE
Cruz Chacana Femenina	Calendario agrícola	El tiempo de siembra y cosecha
Constelaciones	Reflejo de estrellas	El tiempo de llegada de la helada
Lako	Plantas acuáticas	La planta indica la temporada de lluvia por su crecimiento, cuando está en la orilla adentro del agua será un año bueno, con lluvias; si está en la orilla por fuera indica un año seco, no productivo.
Khoa o moña	Planta	La planta florece en el mes de agosto, si florece antes quiere decir que la siembra se adelante
Semillas de papa	Planta	Al escarbar la papa se deja semillas para determinar si la cosecha se adelante, si sale en el mes de agosto quiere decir que la siembra de adelante, si no sale entonces será normal.
Pajabrava o Sancayo	Planta	Florece antes de noviembre, septiembre, octubre, indica el inicio de la siembra de papa; si se atrasa se debe esperar
Patos silvestres	Animal	Tienen sus polluelos en el mes de septiembre, si se atrasa o adelanta indica una falla
El zorro o tibules	Animal	Si está en la pampa quiere decir que habrá lluvia, si está en el cerro que va a haber sequía
La rana	Animal	Cuando sale a flotar en las orillas del lago quiere decir que habrá sequía, si desaparece indica que habrá lluvias

Fuente: Elaboración propia en base a entrevista



4.1.4 SEGURIDAD Y SALUD

4.1.4.1.1 SEGURIDAD:

Seguridad turística, la Isla de la Luna es una comunidad pequeña y segura, con bajos índices de criminalidad y violencia. La seguridad de la isla está a cargo de la Policía Boliviana y de la Guardia Municipal de Copacabana. Los habitantes de la isla también tienen sistemas de vigilancia comunitaria para mantener la seguridad en la isla y prevenir robos y delitos menores.

La Isla tiene un orden organizativo según el gobierno autónomo indígena originario, declarándose como una de los TIOC's, (Turismo Indígena de Origen Comunitario) que está regido por el Mallku, quien se encarga de mantener el orden y la justicia en la comunidad. Además, la comunidad está capacitada para brindar primeros auxilios en caso de emergencias médicas, utilizando sus recursos para salvaguardar la vida de los visitantes hasta que puedan ser trasladados a la posta médica más cercana en Copacabana.

4.1.4.1.2 SALUD:

Según el informe de salud del municipio de Copacabana, "Se tienen 4 establecimientos de salud de primer nivel y un puesto de salud en la comunidad de Tocopa que está sin funcionamiento y con equipamiento básico. En los cuatro establecimientos de salud del municipio de Copacabana se tiene una importante cantidad de personal de salud en el hospital municipal de salud". (PTDI, 2016) ver **Tabla 8**

Tabla 8 Establecimiento de Salud

ESTABLECIMIENTO DE SALUD	DE POBLACION	AREA DE INFLUENCIA
H. COPACABANA	9.916 HAB.	17 COMUNIDADES
PS. ISLA DEL SOL	2.207 HAB.	3 COMUNIDADES
PS.HUACUYO	1.742 HAB.	4 COMUNIDADES
PS. SIRIPACA	1.581 HAB.	9 COMUNIDADES



TOTAL MUNICIPIO	15.446 HAB.	33 COMUNIDADES
------------------------	--------------------	-----------------------

Fuente: Elaboración propia en base al PDTI Copacabana 2016.

Cabe recalcar que esos centros de salud se encuentran en Copacabana, sin embargo, en la Isla de la Luna no hay centros o postas de salud, en este lugar se practica la medicina tradicional y cualquier afección que ese tenga solo recurren a esta medicina tradicional.

4.1.5 SERVICIOS BÁSICOS

La Isla de la Luna cuenta con servicios básicos limitados, ya que se trata de una comunidad pequeña y aislada. A continuación, se detallan algunos aspectos relevantes sobre los servicios básicos en la isla:

- **Electricidad:**

La Isla cuenta con energía eléctrica, suministrada por paneles solares y turbinas eólicas. Sin embargo, el suministro es limitado y los habitantes de la isla deben administrar cuidadosamente su consumo.



Gráfico 1: Paneles solares de la Isla de la Luna



Fuente: Paneles solares: Orellana Salinas Carolina. 04-06-2023.

- **Agua potable:**

La Isla de la Luna no cuenta con una planta potabilizadora de agua que garantice el acceso al agua potable para la población, el lugar más cercano de donde traen agua potable es del Municipio de Copacabana.

En Coati si bien no cuenta con agua potable, el agua que se utiliza para el consumo o utilización es sacada del mismo lago o también recolectada de las lluvias, las cuales son purificadas de forma casera para el consumo humano.



Gráfico 2: Agua Potable



Fuente: Agua Potable, Fotografía: Ticona Mamani Jacqueline. 04-06-2023.

- **Saneamiento básico:**

La isla carece de una red de alcantarillado y tratamiento de aguas residuales, por lo que los habitantes utilizan letrinas y sistemas de recolección y eliminación de aguas grises. Esta situación representa un riesgo para la salud y el medio ambiente, y es un tema que preocupa a la población de la isla **Gráfico 3**

Gráfico 3: Saneamiento Básico



Fuente: Saneamiento Básico, Fotografía: Orellana Salinas Carolina. 04-06-2023



- **Comunicaciones:**

La isla cuenta con servicio telefónico e internet, aunque el acceso puede ser limitado y con ciertas dificultades debido a la ubicación remota de la isla en la actualidad la única línea que se utiliza es la de ENTEL.

4.2 DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

4.2.1 OFERTA TURÍSTICA

4.2.1.1.1 ATRACTIVOS TURÍSTICOS

La comunidad de Coati es muy atractiva debido a que su entorno natural y su gente han mantenido su originalidad a lo largo del tiempo. La cultura de la comunidad se basa en su historia desde tiempos prehispánicos, pasando por la época colonial y la guerra del Chaco, lo que ha permitido que se desarrolle una cultura viva y dinámica que ofrece a los visitantes una amplia variedad de actividades culturales, vivenciales, agronómicas y de salud, entre otras. Además, la comunidad cuenta con un vasto conocimiento ancestral que se refleja en la oferta de experiencias únicas para los turistas.

A. CAPILLA

Es un lugar de culto religioso que se encuentra en la comunidad de la Isla de la Luna y es un lugar utilizado para la oración, la celebración de misas u otros rituales religiosos más pequeños.

Gráfico 4: Capilla de la comunidad



Fuente: Capilla Isla de la Luna, Fotografía: Orellana Salinas Carolina. 04-06-2023

B. EX FOSA COMÚN - CEMENTERIO

El cementerio, antiguamente fue una fosa común., la Isla de la Luna era propiedad de un latifundista español llamado "Costas", quien obligaba a los habitantes de la comunidad a trabajar la tierra para él. Durante el gobierno del General Banzer. Estableció en la isla un centro penitenciario para alojar a prisioneros paraguayos y otros prisioneros de diferentes cárceles de Bolivia, en aquel momento por la sobrepoblación los encargados de dicha cárcel aplicaron la pena de muerte, y por consiguiente los restos de aquellos prisioneros fueron enterrados al suroeste de la isla, en las fosas comunes, es así que se encontraron restos óseos por el lugar, y para evitar la exposición de los mismos la comunidad decidió plantar árboles. Actualmente dicho lugar es utilizado como cementerio local de la comunidad, registrando alrededor de uno o dos cadáveres enterrados por año. Hoy en día, este lugar es considerado un sitio histórico y es visitado por turistas interesados en conocer más sobre su pasado penitenciario.

Gráfico 5: Ex Fosa común- Cementerio



Fuente: Cementerio Isla de la Luna, Fotografía: Ticona Mamani Jacqueline. 04-06-2023

C. RUINAS DEL IÑAK UYU

También conocido como Templo de las Vírgenes. Durante el Imperio Inca, la isla era utilizada como hogar para mujeres jóvenes que eran seleccionadas a los 8 años y vivían allí hasta los 28 años. Estas mujeres eran guiadas por una anciana llamada "Mamacona", quien les enseñaba diferentes oficios dedicados al sol, como la agricultura, la textilería, la cocina y la preparación de chicha. Sin embargo, el principal propósito de su permanencia en la isla era mantener su virginidad, ya que eran consideradas como candidatas potenciales para convertirse en esposas de los incas. De esta manera, el templo de las vírgenes se convirtió en un lugar sagrado y emblemático para la cultura inca, que hoy en día es uno de los principales atractivos turísticos de la Isla de la Luna.

Iñakuyu, Iñak uyu o Iñak uyo es el nombre de un complejo.



El nombre “isla de la luna” tiene un significado relacionado a las ruinas del templo “Iñak Uyu” o templo de las vírgenes, se denomina luna a la mujer, los incas utilizaban la isla como hogar de mujeres escogidas desde los 8 años, que vivían allí hasta los 28, eran guiadas por una anciana superior llamada

“Mamacona”, la cual instruye a las mujeres en diferentes oficios dedicados al sol, como agricultura, textilera, cocina, preparación de chicha, pero el principal propósito de su permanencia en la isla era mantenerlas vírgenes, para ser escogidas por los incas como esposas. El día de 21 de septiembre, se realizaba la ceremonia llamada “Cuya Raymi Killa”, consistía en que los incas tenían permitido entrar a la isla y escoger a una ñusta para ser su esposa. las ñustas estaban divididas en tres grupos:

- El primer grupo se las denominaba “Guayzuzu”, eran las que físicamente eran más bellas, ellas podían llegar a ser esposas secundarias del inca o de los guerreros incas, o también podían ser escogidas para ser sacrificadas el 21 de junio, en ese caso eran protegidas bajo el cuidado de la “mamacuna”.
- El segundo grupo eran las mujeres que le seguían en belleza al primer grupo, se llamaban “Yuzacaclla”, podían ser esposas de los provincianos y caciques
- El tercer grupo eran las demás mujeres, denominado “Pacoaclla”, cada grupo estaba dirigido por una Aladesa (India anciana).

El templo data del año 400 d.C. Se atribuye a la cultura Tiwanacota, es usado como centro de observatorio astronómico, después de que los incas sometieron la cultura Tiwanacota este lugar



se convirtió en el lugar de recogimiento de las escogidas vírgenes o ñustas. La infraestructura tiene una extensión de 55 ms de largo y 24 ms de ancho, hecha de piedras escogidas, está compuesta por 35 habitaciones, entre las cuales están:

Salas de transportación rápida: estos cuartos son pequeños, ubicados en cada esquina de los sitios arqueológicos incaicos como el templo de Chincana, el templo de Pilkokaina, y otros. Estos cuartos tienen tres puertas, se dice que según a la cosmovisión andina cada puerta se refiere: la primera puerta está relacionada al mundo de arriba (Alajpacha) llamada Contorpunko (la puerta del cóndor); la segunda puerta está relacionada con el mundo de aquí, se llamaba Puma Punko; la tercera puerta está relacionada al mundo de adentro, donde están los espíritus malignos.

Salas de devoción, en estas salas predominan los nichos trapezoidales, que son pequeños espacios en la piedra donde alguna vez tuvo la imagen o reliquia de dioses para su veneración, por las devotas sacerdotisas, cuenta el padre Bernal que hubo una imagen de una mujer, tamaño real hecha de la cintura para arriba de oro y debajo hecha de plata, la cual representaba la grandeza de la mujer, esta fue vendida en Cuzco para construir la iglesia de Copacabana. o Patio central, es la parte más extensa del templo, tienen símbolos escalonados de piedra, del calendario de la cruz lunar, al centro tiene dos altares con puertas abiertas: el primer altar estaba empotrado con oro lo que significaba el sol; el segundo altar estaba empotrado con plata lo que significaba la luna; en medio de estas había una sala pequeña y oscura, llamada la sala “annuki” o la sala del silencio, sin puertas ni ventanas, donde los sacerdotes hacían su purificación unas 10 a 15 días antes de las fiestas.



Se dice que existía un segundo piso, los restos que prueban esta afirmación son una escalera que lleva al segundo piso, y partes con aberturas, además del plano del templo que data del año 1.610, el cual es usado para la reconstrucción del templo. En la isla hay restos de varios templos por toda la isla, que en la época colonial fueron removidos para espacios de cultivos, como en la parte de la isla llamada “taksui”, era un lugar de lavandería donde las ñustas lavaban ropas y tenían unos hoyos de piedra como bañeras, y también existía unos cimientos de pequeñas habitaciones denominadas “chichería” en el cual fabricaban la chicha sagrada.

La cruz lunar tenía dos puntas en cada lado, cada punta representaba los días del mes que eran 28, relacionado con el ciclo de fertilidad de la mujer, de cada lado se multiplicaba por los 13 meses del año, dando resultado 364 días, el día de 21 de junio no cuenta por ser un día oscuro donde se hacían sacrificios humanos.

La cruz solar tiene una puntal en cada lado, lo que representa las cuatro fiestas grandes del año: el 21 de junio, el solsticio de invierno; el 21 de diciembre, el solsticio de verano, las dos fiestas dedicadas al sol o al hombre; el 21 de septiembre, el equinoccio de primavera; el 21 de marzo, el equinoccio de otoño, estas dos fiestas dedicadas a la luna o la mujer. Entre estas fiestas grandes existen las 4 fiestas intermedias, como: 1ro de agosto, el mes de la Pachamama, en el cual se ofrenda a la tierra con misas para la buena producción; el 2do de febrero o más conocido con el nombre de carnavales; 3 de mayo o la fiesta de la cruz del sur, donde los chamanes, yatiris o sapos se reúnen para observar la constelación cruz del sur y predecir la producción del año; 2 de noviembre, conocido con el nombre de día de los muertos, la tradición de los incas de cambiar de vestimentas a sus muertos, fue alterada por los colonizadores, prohibiendo esta tradición y



cambiándolo a la puesta del altar decorado con frutas, dulces y panes para rezar por las almas que vienen de “visita”.

Los sacrificios humanos se realizaban el 21 de junio, la ñusta que era elegida para el sacrificio estaba enterada un año antes, desde ese momento era cuidada por la “Mamacuna” que no la soltaba ningún segundo. El día del sacrificio en el patio central se reunían los incas, sacrificaban la virgen al dios sol para prevenir plagas y mal augurio, con su sangre se rociaba a los ministros del Inca y al sol, después el cuerpo era enchapado con oro ofrendado al lago Titicaca.

En este templo lleno de energía de los antiguos, se realizan ceremonias de unión entre dos concubinos que tradicionalmente son comunarios de la región, pero en los últimos años hubo turistas que realizaron este acto religioso, como boda simbólica, respetando la tradición de la vestimenta y ritual de ceremonia.

Gráfico 6: Iñak Uyu



Fuente: Iñak Uyu, Fotografía: Orellana Salinas Carolina. 04-06-2023



D. SENDERO "WARMI THAKHI"

Los habitantes de la isla conservan sus costumbres, en su cultura la mujer está muy valorada, cumple un rol importante en la comunidad por sus saberes ancestrales de medicina, las mujeres conocían los beneficios de cada planta, siendo curanderas también se dedican a la textilería y artesanía.

Gráfico 7: Sendero "Warmi Thakhi"



Fuente: Sendero Warmi Thakhi, Fotografía: Orellana Salinas Carolina. 04-06-2023

E. SITIO SAGRADO DEL CALVARIO

Ubicado en la columna de la Isla de la Luna a unos metros del camino a la serpiente

Gráfico 8: Calvario



Fuente: Calvario Isla de la Luna Fotografía: Ticona Mamani Jacqueline. 04-06-2023



F. PLAYA DE LA SANACIÓN

La playa de la Sanación está ubicada en la “cola” de la isla, cuenta la historia de los poderes medicinales que tiene el bañarse en esta parte de la playa, los prisioneros que tenían enfermedades solían bañarse en esta playa, obteniendo su recuperación médica sin ninguna explicación aparente. Actualmente llegan grupos de visitantes a este lugar para realizar turismo de salud, vienen acompañados de un chamán para hacer su ceremonia empezando con actividades de meditación y yoga para proceder con fe a bañarse en la playa, muchos aseguran curarse de las enfermedades previas a la visita de este misterioso lugar.

Gráfico 9: Playa de la sanación



Fuente: Playa de la sanación, Fotografía: Ticono Mamani Jacqueline. 04-06-2023

G. CAMINO DE LA SERPIENTE

Es un camino que parte desde la playa de la sanación, sitio denominado por los comunarios “Cola” hasta el otro extremo de la isla, la parte norte denominada cabeza o “piqui”, donde se encuentran chullpares enterrados en la tierra, pasa por el sitio sagrado del calvario. En la parte de la cabeza se encuentran Chullpares prehispánicos enterrados en el sitio, junto con su sombra para disfrutar del impresionante panorama. Su nombre se debe a la leyenda de la serpiente, la cual indica que la isla tiene forma de serpiente sin cabeza, por esa razón se llama el camino de la serpiente.



Gráfico 10: Camino de la serpiente



Fuente: Camino de la serpiente, Fotografía: Orellana Salinas Carolina. 04-06-2023

4.2.1.1.2 ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

La infraestructura hotelera en la Isla de la Luna está diseñada para adaptarse a los climas de la comunidad, utilizando materiales locales como el adobe y evitando la contaminación visual del entorno con materiales modernos. Por ejemplo, aunque se permite el uso de ladrillos, deben estar cubiertos con un material que camufla la construcción con el entorno natural y cultural. Además, los materiales permitidos mantienen la estética rústica de las viviendas locales, como los techos de paja en lugar de zinc. La decoración de los hostales también se basa en las raíces Tahuanacotas, lo que es apreciado por turistas en busca de una experiencia auténtica y cultural. Los hostales tienen una vista espectacular del lago y del cielo, lo que brinda un ambiente bucólico.

En la Isla de la Luna existen ocho hostales, 3 de ellos en Ñiak uyu y 5 en la comunidad Coati, los cuales son administrados por los comunarios locales. En conjunto, tienen una capacidad máxima de 90 personas y cuentan con servicios básicos de higiene y limpieza, además de



algunos complementarios. En el siguiente cuadro se detalla el servicio de hospedaje ver **Tabla 9**:

Tabla 9 Establecimientos de Hospedaje en la Isla de la Luna

NOMBRE	TIPO	CAPACIDAD	PRECIO	OTROS SERVICIOS
Warmi Hutha	Hostal	12 huéspedes	Bs. 40	Restaurante, paseo en bote
Hostal Phaxi Qhana	Hostal	4 huéspedes	Bs. 15	Restaurante, paseo en bote
Mirador Pachamama	Hostal	4 habitaciones	Bs. 50	Senderismo Pesca
Isla de la luna	Hostal	6 huéspedes	Bs.80 por noche	
Terra andina	Hostal	20 huéspedes		
Chuma Llajta	Hostal	14 huéspedes	Bs 20	Alimentación, paseo en bote
Qhana Pacha	Hostal	8 huéspedes		Alimentación, paseo en bote

Fuente: Elaboración Propia en base a entrevista

Gráfico 11: Servicios de hospedaje



Fuente: Servicio de Hospedaje, Fotografía: Orellana Salinas Carolina. 04-06-2023

4.2.1.1.3 ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN

La Isla de la Luna cuenta con un comedor comunal que brinda servicio de restauración personalizado a los visitantes, adaptándose a las necesidades de cada uno según su salud y



preferencias. Para grupos numerosos, se recomienda hacer pedidos anticipados para facilitar la atención y preparación de la comida.

Cabe destacar que en la isla no existen establecimientos de alimentación privados, sino que el comedor comunal es administrado por los mismos comunarios y se enfoca en ofrecer una experiencia auténtica y tradicional, con platos típicos de la cultura Tiwanaku. Además, se promueve el uso de ingredientes locales y orgánicos, respetando la sostenibilidad y el equilibrio ecológico de la zona.

Es importante mencionar que, debido a la limitada infraestructura de la isla y la dificultad para transportar insumos y alimentos, es posible que las opciones de menú sean limitadas y no se puedan atender a todas las solicitudes alimentarias. Por lo tanto, se recomienda ser comprensivo y respetuoso con las posibilidades de la comunidad en este aspecto. El servicio se detalla en el siguiente:

Tabla 10 Servicio de Alimentación

SERVICIO DE ALIMENTACIÓN REALIZADO POR EL EMPRENDIMIENTO WARMI THAKI		
DESAYUNO	Desayuno costumbrista autóctono: café, té o mates de hierbas nativas del lugar, acompañados de una mermelada o queso con un agradable pan de batalla.	Bs. 15
ALMUERZO	A) Buffet andino o Apthapi que consta de un delicioso pescado (ispi y trucha) obtenido del mismo lago, huevo duro, rodajas de queso, apetitosas tortillas, choclo, papa, chuño y haba cocida acompañados de llajhua y un agradable fresco de cañahua, ver Gráfico 12	Bs. 40



	B) Almuerzo tradicional que consta de sopa, por ejemplo, de quinua y segundo constituido por productos propios de la zona, sobre todo pescados, acompañado de un trozo de pan, su porción de llajhua y fresco de cañahua.	Bs 25
CENA	Consta de una deliciosa sopa de quinua con su trozo de pan y su pequeña porción de llajhua, acompañada también con su agradabilísimo mate de khoa.	Bs 15
REFRIGERIO	El refrigerio pueden ser dulces, refrescos y sándwiches de queso, huevo, carne, palta, mixto, el cual está a la venta en una pequeña tienda en frente del muelle.	Varía por producto.

Fuente: Elaboración Propia en base a entrevistas

Gráfico 12: Apthapi comunitario



Fuente: Apthapi comunitario Fotografía: Nelson Cruz Monroy, 14-10-2019

4.2.1.1.4 ACCESIBILIDAD

Tabla 11 Transporte Turístico Terrestre y Lacustre

Punto de Partida	Punto de Llegada	Tipo de Vía	Distancia	Tiempo	Observaciones
La Paz	Copacabana	Asfalto	160km	3 horas 30 minutos	Terminal cementerio



Puno	Copacabana	Asfalto		3 horas	
Copacabana	Isla de la luna	Lacustre	8 Km	2 horas	Lancha comunitaria
Sampaya	Isla de la luna	Lacustre	4 Km	1 hora	Lancha privada
Isla del sol	Isla de la luna	Lacustre	6 Km	30 minutos	Lancha privada

Elaboración en base a trabajo de campo

Gráfico 13: Parada 24 de septiembre-Transporte terrestre



Fuente: Parada 24 de septiembre Copacabana, Fotografía: Ticona Mamani Jacqueline. 04-06-2023

El transporte lacustre y terrestre es la forma de acceder a la Isla de la Luna, ya que hay salidas diarias como se puede ver en la **Tabla 11**. Sin embargo, durante la pandemia ha habido una disminución del turismo, lo que ha afectado la accesibilidad. En todo caso a partir del 2022 se reactiva la actividad turística. Es importante tener en cuenta que el transporte lacustre está sindicalizado a nivel regional y que la entrada de barcos peruanos requiere autorización de la



naval. Se proporciona información detallada sobre el servicio de transporte lacustre en la siguiente **Tabla 12**.

Tabla 12 Servicio de transporte lacustre

TIPO	FRECUENCIA	OBSERVACIONES	PRECIO POR PAX	PRECIO POR CONTRATO
Lancha	Lancha comunitaria	Copacabana-Isla de la Luna	50 a 60 Bs	1000 Bs De 1 a 14 pax 1200 Bs 15 o más pax
Lancha	Privado	Sampaya Isla de la Luna	50 Bs	300 Bs
Lancha	Circuito	Isla del sol- Isla de la Luna	25 Bs	750 Bs

Fuente: Elaboración Propia en base a trabajo de campo

Gráfico 14: Lancha comunitaria Pachamama



Fuente: Lancha comunitaria, Fotografía: Orellana Salinas Carolina. 04-06-2023

Cabe mencionar que la información sobre precios y horarios puede variar dependiendo de la temporada y de las condiciones del mercado ver Tabla 12.

Entre las empresas conocidas podemos mencionar a Pachamana, Titicaca, Chachapuma, el transporte lacustre hacia la Isla de la Luna está a cargo de seis lancheros pertenecientes a las



familias de la isla. Durante la temporada alta, todos ellos están en funcionamiento, pero en temporada baja, el número de lancheros disponibles se adapta según la cantidad de visitantes. Cada lancha tiene una capacidad de 12 personas y salen desde las comunidades cercanas de Sampaya y Yampupata. El costo del transporte es de Bs 360 a 720 por una ida y vuelta en una sola lancha, y este precio es establecido por las comunidades que ofrecen el servicio.

4.2.1.1.5 AGENCIAS OPERADORAS DE TURISMO

En la actualidad, existen varias operadoras y agencias de viajes que ofrecen sus servicios, Copacabana es un destino turístico muy popular en Bolivia. Existen operadoras de turismo que ofrecen una amplia variedad de servicios para los visitantes, como tours, excursiones y paquetes de viajes que permiten a los turistas conocer y disfrutar de las atracciones turísticas, Sin embargo, en cuanto a la Isla de la Luna y sus alrededores, se observa una oferta limitada de productos turísticos. A pesar de que la Isla de la Luna es un destino atractivo y con potencial turístico, se nota una escasa presencia de servicios turísticos, lo que representa una oportunidad para el desarrollo de nuevas opciones de turismo ver Tabla 13.

Tabla 13 Agencias Operadoras de Turismo

Nombre o Razón Social	Descripción
Turismo La Paz	Ofrece una amplia gama de tours y excursiones en Bolivia (tours en la ciudad de La Paz, el Salar de Uyuni, Potosí y el Parque Nacional Madidi), incluyendo viajes a Copacabana, el Lago Titicaca y la Isla del Sol la Isla de la Luna y comunidades locales
Crillon Tours:	Se especializa en viajes de aventura y ecoturismo en Bolivia, incluyendo excursiones en Copacabana y el Lago Titicaca.



Bolivia Hop	Ofrece tours en bus por toda Bolivia, con paradas en Copacabana, el Lago Titicaca y otros destinos turísticos populares.
Terra Andina	Terra Andina Bolivia es una agencia de turismo receptivo ubicada en Bolivia, en la ciudad de La Paz. Opera tours y excursiones en todo el territorio de Bolivia, y también por toda Sudamérica.
Viajes & Turismo Inti Reisen Bolivia	Está localizado en La Paz, Bolivia. La Compañía está trabajando en Operadores Turísticos, Agentes de Viaje actividades de negocios

Fuente: Elaboración Propia en base a trabajo de Campo

4.2.1.1.6 SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

La señalización turística en la isla de la luna está en estado regular, no tiene uniformidad por las distintas instancias con las que se implementó la misma, con distintos materiales como la madera, plástico, y vinil.

Actualmente la comunidad trabaja con la comunidad de Sampaya y Santa Ana, por lo que la señalética debe ser hecha recíprocamente, la comunidad de Sampaya armó la señalética turística con materiales del lugar, específicamente madera para la comunidad de Coati en los siguientes atractivos:

- Ruinas de “Iñak Uyu”
- Muro del inca
- Señales de ingreso
- El sendero Warmi Thakhi
- La señal del cementerio prehispánico
- El camino de la serpiente
- El sitio sagrado Calvario



- La playa de la sanación

Gráfico 15: Señalética



Fuente: Señalización Turística, Fotografía: Ticona Mamani Jacqueline. 04-06-2023

La fundación CODESPA fue la encargada de implementar algunas señaléticas en lugares específicos de la Isla de la Luna, con el propósito de detallar los servicios. Estas señaléticas están hechas de plástico y piedra los cuales son:

- Descripción de la comunidad Coati
- Servicios gastronómicos y de hospedaje
- El sendero Warmi Thakhi
- El mirador de la Cordillera de los antes en la cima

La agencia de viajes Crillon Tours ha instalado señalización turística en la entrada de la Isla de la Luna, la cual proporciona una descripción general del sitio a los turistas. Además, se menciona que esta señalética está hecha de material de vinilo, lo que sugiere que es resistente y duradera frente a las condiciones climáticas adversas. En general, esto puede ser beneficioso para los turistas que visitan la Isla, ya que les proporciona información útil sobre el lugar y les ayuda a orientarse mejor.

- La descripción general de la comunidad Coati



➤ La bienvenida a la comunidad

Los habitantes de la Isla de la Luna tienen la obligación de cuidar y proteger la señalización que indica las rutas y lugares importantes en la isla, ya que las condiciones climáticas extremas pueden afectar la calidad y durabilidad de las señaléticas. Esto sugiere que la comunidad es consciente de la importancia de la señalización para el turismo y está comprometida a mantenerla en buenas condiciones para ayudar a los visitantes a encontrar su camino en la isla.

4.2.1.1.7 FESTIVIDADES Y TRADICIONES

La Isla de la Luna es un lugar sagrado para los pueblos originarios de Bolivia y Perú que se encuentra ubicado en el lago Titicaca. Es por esto que en ella se celebran diversas festividades y tradiciones religiosas a lo largo del año, lo que refleja la rica cultura y herencia ancestral de sus habitantes.

Además de estas festividades, la Isla de la Luna cuenta con diversas tradiciones y costumbres, como la práctica de la medicina ancestral, la producción de textiles y artesanías, y la pesca artesanal. Todo esto hace de la Isla de la Luna un lugar único y lleno de tradiciones a continuación se detalla cada una de ellas.

- **Fiesta de la Candelaria:** Esta festividad se celebra el 2 de febrero de cada año, en honor a la Virgen de la Candelaria. Durante la celebración, se realizan danzas y procesiones por las calles de la isla, y se adornan las casas y la iglesia con flores y velas.
- **Fiesta de la Cruz:** Se celebra el 3 de mayo en honor a la cruz que se encuentra en la cima de la isla. Durante la fiesta, se realizan procesiones y se lleva la cruz a través de la isla, para pedir bendiciones y agradecer por las cosechas.



- **Fiesta de San Juan:** Esta festividad se celebra el 24 de junio, en honor a San Juan Bautista. Durante la celebración, se realizan procesiones y danzas, y se encienden fogatas para iluminar la noche.
- **Fiesta de la Pachamama:** Se celebra el 1 de agosto, en honor a la Madre Tierra. Durante la fiesta, se realizan ceremonias de agradecimiento y ofrendas a la Pachamama, y se comparten comidas y bebidas entre los participantes.
- **Fiesta del Koya Raymi:** Es una de las principales fiestas de la Isla de la Luna que se celebra el 21 de Septiembre es la fiesta de las ñustas o elegidas se realizan un ritual en agradecimiento a la nueva etapa agrícola.
- **Fiesta de Todos los Santos:** Esta festividad se celebra el 1 de noviembre, en honor a los santos y difuntos. Durante la celebración, se realizan procesiones y se lleva comida y bebida a las tumbas de los seres queridos fallecidos.

Cabe destacar que estas festividades y tradiciones varían de acuerdo a la cultura y religión de cada comunidad, y pueden presentar algunas variaciones en las fechas y la forma de celebración.

Gráfico 16: Ritual en el Ñak Uyu



Fuente: Ritual de agradecimiento Fotografía: Porfirio Mamani. 09-10-2019



4.2.1.1.8 ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Según (Gonzales, 2018). “La Isla de la Luna en el Lago Titicaca ofrece recorridos full day Sin embargo, estas actividades son limitadas y no ofrecen muchas opciones para pasar más de un día en la isla. Para aquellos que desean una experiencia más completa, la isla cuenta con una oferta de turismo vivencial y de salud (Isla de la Luna). la isla se ha especializado en este tipo de turismo para ofrecer a los visitantes una experiencia única y auténtica”.

4.2.1.1.9 TURISMO VIVENCIAL

La Isla de la Luna también ofrece experiencias de turismo vivencial en la comunidad local, Coati, donde los turistas pueden pasar entre 2 a 3 días con los habitantes y participando en diversas actividades.

“Los visitantes pueden involucrarse en la pesca en la mañana y en la tarde, acompañando a los locales en sus barcos y aprendiendo sobre sus técnicas y herramientas de pesca, además de alimentar a los criaderos de truchas”. También se pueden unir a las actividades agrícolas, como plantar semillas, deshierbar y cosechar en las tierras de cultivo, con una breve explicación por parte de los habitantes para participar. Además, los turistas pueden degustar la comida tradicional, como el chairo, wallake y maíz tostado, en el comedor comunal, compartiendo la hora de comer con la comunidad”. Los guías locales están capacitados para dirigir a los visitantes y ofrecer conocimientos de primeros auxilios para garantizar la seguridad de los grupos” (Entrevista a Porfirio Mamani junta de vecinos Isla de la Luna, 4/06/2023).



Gráfico 17: Bienvenida a turistas en la Isla de la Luna



Fuente: Bienvenida a los turistas, Fotografía: Nelson Cruz Monroy. 14-10-2019

4.2.1.1.10 TURISMO MÍSTICO

La comunidad de la Isla de la Luna desarrolla actividades enfocadas con el turismo místico en ellas destaca aspectos importantes Según, Porfirio Mamani “El turismo místico en la Isla de la Luna ofrece una variedad de experiencias espirituales para los turistas. Estas incluyen visitas guiadas a lugares sagrados, como templos y altares, donde los visitantes pueden sumergirse en la espiritualidad y significado de estos sitios. Además, se brindan oportunidades para participar en ceremonias y rituales auténticos de la comunidad, como expresiones de agradecimiento a la naturaleza”.

Así mismo “Los visitantes también tienen la oportunidad de aprender sobre los símbolos, mitos y creencias que forman parte de la tradición espiritual de la comunidad, a través de la interpretación guiada. Además, como parte del turismo místico, también se comercializan artesanías y productos relacionados con la espiritualidad. Esto incluye objetos rituales, inciensos, hierbas sagradas y otros elementos que los turistas pueden adquirir como recuerdo de su experiencia espiritual en la Isla de la Luna” (Entrevista a Porfirio Mamani junta de vecinos Isla de la Luna, 4/06/2023).



4.2.1.1.11 ARTESANÍAS

Según Gary Rojas, 2023 “La organización Artesanas cuenta con 25 miembros afiliados, de los cuales 5 salen cada día por turnos a vender artesanías y otros productos. Las artesanías que venden están hechas principalmente de materiales textiles, como la lana de oveja teñida con tintes naturales, y comprenden una amplia variedad de productos, como macramés, cinturones, cintas para sombreros, pulseras, tares, "wilhapus" o "chuaspas" para manejar la coca sagrada, tallesitos, guantes, gorros y chompas, todos ellos hechos a mano. Además, también venden cerámicas, aunque estas últimas no las producen ellas mismas, sino que las adquieren en Tiwanaku”

“Para crear las artesanías, se utilizan diversos materiales, como la lana de oveja o sintética. La elaboración de los textiles se remonta a épocas ancestrales, pero también se han incorporado capacitaciones más recientes para las nuevas generaciones. Los talleres incluyen técnicas de teñido natural utilizando plantas de la zona, así como el uso del telar para crear productos como chuspas o fajas. Los tejidos naturales se elaboran con una variedad de plantas, como la thola, mullakha, ch'api, ch'ojo, entre otras, así como con flores como la dalia” (Entrevista a Gary Rojas presidente de la Isla de la Luna, 4/06/2023).

4.2.1.1.12 MEDICINA TRADICIONAL

(Gary Rojas, 2023) Indicó que: “En el camino Warmi Thakhi de la Isla de la Luna, se utiliza el conocimiento ancestral de las plantas medicinales en el turismo vivencial, en tres etapas. En la primera, se emplean plantas como el romero, la manzanilla, el eucalipto, la moña y la salvia para tratar problemas de salud comunes. En la segunda, se utilizan plantas para baños de vapor con propiedades curativas para dolores reumáticos y articulares. En la tercera, se aplican plantas



como la chillka, el chilli chilli, la pinka de tuna, la kellaya, la comida de víbora acermanka y el chuce chuce como cataplasmas para lesiones. Estas plantas son autóctonas de la isla y algunas de ellas son cultivadas por las personas locales”.

Por otro lado, se podría mencionar que la medicina tradicional basada en plantas medicinales es una práctica ancestral en la región andina y en otros lugares del mundo. El uso de plantas medicinales ha sido objeto de estudios científicos que han demostrado su eficacia en el tratamiento de diversas enfermedades y dolencias. Además, en Bolivia, la medicina tradicional basada en plantas medicinales está reconocida y regulada por el Ministerio de Salud y Deportes a través de la Ley de Medicina Tradicional y Medicina Natural.

4.2.1.1.13 PRODUCTOS TURÍSTICOS

En la actualidad, la red Apthapi trabaja con cinco comunidades para comercializar sus productos turísticos, ofreciendo una amplia variedad de opciones para los visitantes. Cada comunidad tiene un rol dentro de la red, a excepción de las dos últimas que se unieron recientemente. La Isla de la Luna tiene el rol de la mujer y se denomina "Asociación Warmi Thakhi".

La Isla del Sol tiene el rol del hombre y se conoce como "Pacha Thakhi". Sawiña tiene el rol de la rana gigante debido a su museo de ranas gigantes y cuenta con maquinaria pequeña para observación. Sampaya tiene el rol de "Pueblo Ancestral" por los atractivos que hacen referencia a la cultura antigua. Por otro lado, Santa Ana aún no cuenta con un rol asignado debido a la falta de atractivos.

La oficina de la Red Apthapi se encuentra en Copacabana y se encarga de la promoción y comercialización de los productos turísticos de las comunidades afiliadas. Las agencias de



turismo Magri Turismo y Vicuña Tours, debido a la coyuntura actual, han dejado de trabajar con la Isla de la Luna y ofrecen paquetes bioseguros que sólo recorren los alrededores de la Isla del Sol.

Por su parte, los productos turísticos de la Isla de la Luna se ofrecen de manera privada y están organizados por una persona. Estos productos se enfocan en diferentes tipos de turismo, como el turismo comunitario, agroecológico, cultural y de salud, entre otros. Al ser productos especializados, el precio y la estadía pueden aumentar, generando un mayor beneficio para la comunidad Coati, como se presenta en la Tabla 14.

Tabla 14 Ficha Productos Turístico

LA COMUNIDAD COATI TRABAJA CON LAS SIGUIENTES INSTITUCIONES:					
Contacto y fecha	INSTITUCIÓN	Tipo de turismo	Duración	Tamaño de grupo	Frecuencia
Carla Lozano, 21 septiembre	Estudiante	Turismo cultural	2 noches	25-30 turistas	2 veces al año
Lic. Eduardo Jesús Mariño López/ Lic. Nelson Cruz Junio	UMSA – Turismo Univalle central	Turismo cultural	1 noche	+70 estudiantes	2 veces al año
Lic. Daniel Ramiro Valdivia Romero	UMSA – Bibliotecología	Turismo cultural	1 noche	+ 70 80 estudiantes	1 vez al año
Majanda 21 mayo septiembre	Camino colibrí	Turismo de salud	I semana	25	3 veces
			2 – 3 días	+ 20	



Almendra Bello/ Elías Coen/ Samay Diciembre	Privada desde Chile	Turismo de salud y agroecología	1 a 2 semanas	- 20	1 veces al año
---	---------------------	---------------------------------	---------------	------	----------------

Fuente: Elaboración Propia en base a trabajo de campo

4.2.1.1.14 PRODUCTOS TURÍSTICOS REGIONALES

Actualmente, la Red Apthapi trabaja en conjunto con cinco comunidades para ofrecer una variedad de productos turísticos. Cada comunidad tiene un rol dentro de la red, excepto las dos últimas que se unieron recientemente:

- La Asociación "Warmi Thakhi", en la Isla de la Luna, tiene el rol de la mujer.
- "Pacha Thakhi" en la Isla del Sol tiene el rol del hombre.
- Sawiña tiene el rol de la rana gigante debido a su museo de ranas gigantes que cuenta con maquinaria pequeña para observar.
- Sampaya tiene el rol de "Pueblo Ancestral" debido a los atractivos que hacen referencia a la cultura antigua.
- Santa Ana aún no tiene un rol asignado debido a la falta de atractivos turísticos.

La oficina de la Red Apthapi se encuentra en Copacabana y se encarga de la comercialización y promoción de los productos turísticos de las comunidades afiliadas. Estos productos se detallan en el siguiente cuadro: Indicó (Porfirio Mamani).

4.2.1.1.14.1 COOPERACIÓN Y ALIANZAS

- **Cooperación:** La Fundación CODESPA ha brindado apoyo al emprendimiento comunitario en áreas clave como la alimentación, el guiaje, el hospedaje y el transporte, así como en la formación de alianzas estratégicas con otros emprendimientos y destinos. Según se indica en un artículo de Bolivia Emprende (2021), CODESPA ha contado con



el apoyo y financiamiento de empresas como REPSOL, OGD La Paz-Beni y otras ONGS.

- **Red Apthapi:** “Por otro lado, la Red Apthapi es una asociación de emprendimientos turísticos comunitarios que promueve el turismo comunitario y las artesanías en la región del Lago Titicaca de Bolivia. Inicialmente formada por tres comunidades indígenas Aymara, la Red ha crecido y ahora incluye a cinco comunidades, incluyendo a las recién incorporadas Santa Ana y Sampaya. La oficina de turismo de la Red, ubicada en Copacabana, actualmente no está en funcionamiento “Indicó (Félix Mamani, 2023).
- **Alianzas:** Además, se destaca que la Isla de la Luna, a través de su emprendimiento comunitario "Warmi Thaki", tiene planes de formar alianzas estratégicas con otras comunidades que están iniciando sus actividades en el turismo rural/comunitario, como Sampaya, con quien están planeando una ruta que incluya a ambas comunidades; Yampupata, que ha solicitado la llegada de la lancha comunitaria de Coati a su atractivo "Playa Blanca"; y Santa Ana, con quien se han establecido acuerdos para realizar una ruta que integre la visita y recorrido en ambas comunidades. (Bolivia Emprende, 2021).
- **Relaciones y convenios:** En cuanto a las relaciones y convenios, se menciona la colaboración con TUSOCO de Cochabamba y el emprendimiento CHALALAN de Beni, quienes envían grupos de turistas interesados en el turismo comunitario en la región del Lago Titicaca (Bolivia Emprende, 2021).

4.2.2 DEMANDA TURISTICA

4.2.2.1. TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DE LA PAZ

Tabla 15 Turismo en Municipio de Copacabana pernoctación de viajeros en establecimientos de hospedaje por año y las ciudades más visitadas y tipo de viajero 2022– 2023

Ciudad y tipo de viajero	Total (2022)	Total (2023)
La Paz	346.832	66.656
Nacionales	304.070	25.820
Extranjeros	42.762	10.836
Cochabamba	131.0004	25.305



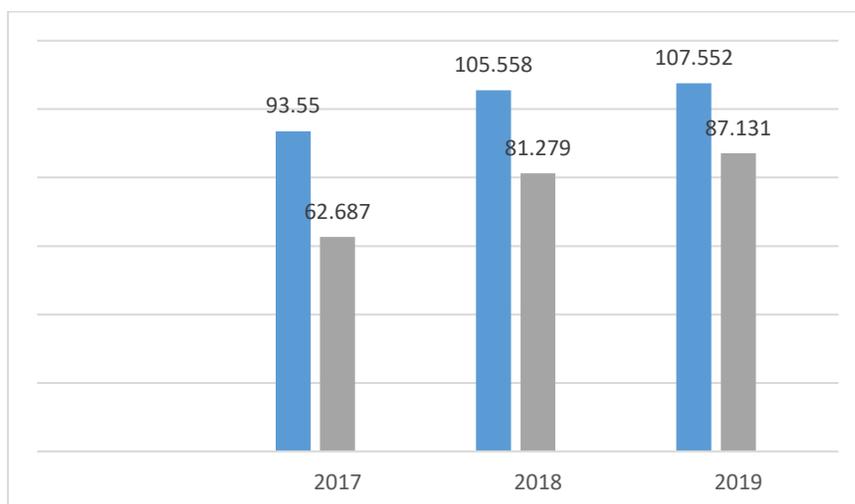
Nacional	119.990	22.795
Extranjero	11.014	2.510
Santa Cruz	284.491	52.665
Nacionales	182.469	33.872
Extranjeros	102.022	18.793

Fuente: Elaboración propia en base al INE 2023

Según la información de la Tabla 15, se puede observar que La Paz, Cochabamba y Santa Cruz son las tres ciudades de Bolivia que reciben más visitantes. Estas ciudades son consideradas como importantes destinos turísticos por su riqueza cultural, arquitectónica, natural y por ser centros económicos del país. Es probable que la alta afluencia de visitantes se deba a la oferta de actividades turísticas, eventos culturales, festivales y la presencia de infraestructuras turísticas como hoteles, restaurantes, museos y lugares de entretenimiento, se tiene un total de 346.832 visitantes para el año 2022 y 66.656 para el año 2023.

4.2.2.2. TURISMO A NIVEL MUNICIPAL

Gráfico 18: Turismo a Nivel Municipal-Copacabana



Llegada y salida de visitantes internacionales por Kasani/Copacabana, 2015 - 2019 (En número de personas) Fuente: INE,

Elaboración: MDPyEP – DAPRO



Se cabe mencionar que no se cuenta con información más reciente sobre la llegada y salida de visitantes Internacionales al Municipio de Copacabana, por el cual la información encontrada data del año 2019.

En **Gráfico 18** Se puede ver que una puerta de ingreso al país es el puesto fronterizo de Kasani/Copacabana, punto importante por el flujo de visitantes y turistas que llegan para quedarse en el municipio de Copacabana o transitar a otras regiones de La Paz y Bolivia. La llegada de visitantes internacionales fue de 86,038 personas en 2015 y de 110,306 personas en 2016, las gestiones 2017, 2018 y 2019 el flujo de personas descendió hasta las 93,550 personas. (DAPRO-2020).

Gráfico 19: Llegada de Turistas Extranjeros al Municipio de Copacabana



Fuente: INE, Elaboración: MDPyEP – DAPRO

Cabe mencionar que no se cuenta con información más reciente sobre el número de visitantes extranjeros y nacionales al Municipio de Copacabana, por el cual la información encontrada data del año 2019. En el **Gráfico 19** se observa que el 2017 se llegó a 104,534 visitantes



extranjeros que ingresaron a Bolivia por Kasani, en 2018 se superó los 100,000 No se pudo mantener este nivel y descendió hasta los 91,312 visitantes en 2019. No se descarta que la situación económica más complicada de los países vecinos haya afectado en el flujo migratorio en Copacabana, con una menor movilidad de turistas en la región de Sud América.

4.2.2.3. TURISMO EN LA ISLA DE LA LUNA

A. TEMPORADA ALTA

La temporada alta de turismo en Copacabana-Isla de la Luna va desde mediados de diciembre hasta mediados de febrero, coincidiendo con las vacaciones escolares de verano, y desde junio hasta septiembre, época en la que hay menos lluvias y el clima es más favorable para los turistas. Durante estos períodos, se registra una mayor afluencia de visitantes y los precios de los servicios turísticos pueden ser más elevados.

A. TEMPORADA BAJA

Los meses de septiembre, octubre y noviembre, así como los meses de marzo, abril y mayo, generalmente se consideran temporada baja para el turismo en muchos destinos. Estos meses suelen tener menos visitantes debido a que son considerados fuera de temporada, lo que puede llevar a que algunos servicios turísticos sean limitados o incluso cerrados. Sin embargo, en algunos destinos la temporada baja puede ser una excelente oportunidad para visitar, ya que los precios son más bajos, hay menos turistas y se pueden experimentar otros aspectos del destino.

La Isla de la Luna es un destino turístico con gran potencial, gracias a su rica historia, cultura y belleza natural, actualmente, el turismo en la isla está enfocado principalmente en el comunitario y vivencial, entre las principales actividades turísticas en la Isla de la Luna se encuentran la



visita a los sitios arqueológicos como el Templo de las Vírgenes del Sol, la caminata por los senderos naturales que llevan a los miradores de la isla, la pesca deportiva y la navegación en las aguas del Lago Titicaca, así como la experiencia de la vida cotidiana en la comunidad local y la degustación de la gastronomía tradicional.

4.2.2.4. DEMANDA POTENCIAL (ESTUDIO DE LA DEMANDA TURÍSTICA PARA LAS RUTAS DE TURISMO MÍSTICO Y TURISMO VIVENCIAL)

4.2.2.5. TAMAÑO DE MUESTRA POBLACIONAL

A modo de determinar la demanda potencial para las rutas de Turismo místico y turismo vivencial en La Isla de Luna-Copacabana se realizó encuestas que dieron como resultado lo siguiente:

Las encuestas realizadas fueron efectuadas bajo el método no probabilístico por cuotas a visitantes extranjeros y nacionales de Copacabana-Coati mismas que se efectuaron en distintas fechas que abarcan desde el 3 de marzo hasta el 27 de agosto de 2023, las cuales posteriormente fueron tabuladas y expresadas en el proyecto, los cuales suman 90 encuestados cuyas respuestas se tornaron interesantes y a la vez valiosas.

Para la obtención de este dato se realizó 90 encuestas, justificadas bajo la siguiente formula

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

En donde:

n = es el tamaño de la muestra poblacional a obtener.

N = es el tamaño de la población total.



σ = representa la desviación estándar de la población. En caso de desconocer este dato es común utilizar un valor constante que equivale a 0.5

Z = es el valor obtenido mediante niveles de confianza. Su valor es una constante, por lo general se tienen dos valores dependiendo el grado de confianza que se desee siendo 99% el valor más alto (este valor equivale a 2.58) y 95% (1.96) el valor mínimo aceptado para considerar la investigación como confiable.

e = representa el límite aceptable de error muestral, generalmente va del 1% (0.01) al 9% (0.09), siendo 5% (0.05) el valor estándar usado en las investigaciones.

Se calcula con la siguiente formula:

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

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5^2 * 2238}{0.01^2(2238 - 1) + 1.96^2 * 0.5^2}$$

$$n=89.$$

A continuación, se muestra en porcentaje las respuestas de los encuestados que son 90 turistas, los resultados nos ayudaran a poder definir el perfil turístico para las dos rutas de turismo místico y turismo vivencial.

4.2.2.1.1 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS CONJUNTO AL ANÁLISIS Y DIAGNOSTICO

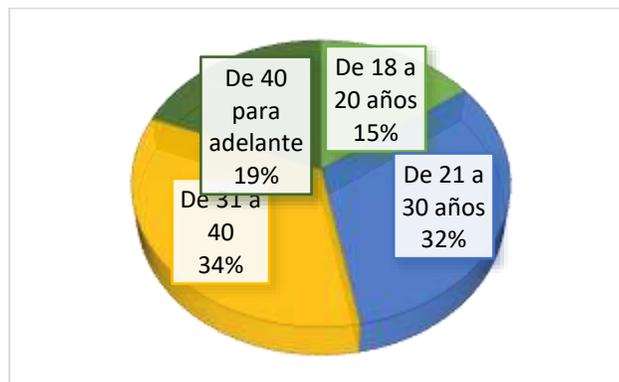
A continuación, se detalla las preguntas con sus respuestas de los 90 encuestados.

Para identificar los aspectos turísticos, con el objetivo de explorar las opiniones e interés de los turistas, se recopiló información de un total de 90 turistas.



4.2.2.6. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

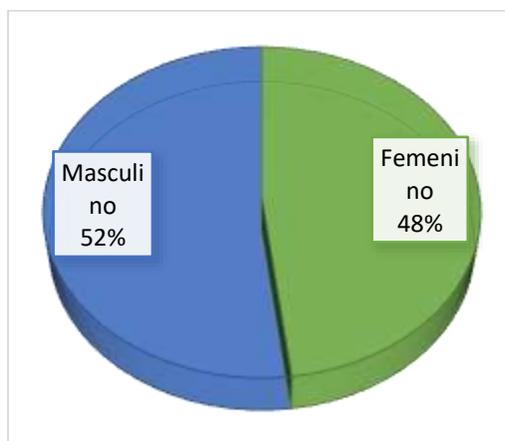
Gráfico 21: ¿Su edad es aproximadamente?



Fuente: Elaboración en base a trabajo de campo

En el gráfico 21 se puede observar que de los 90 encuestados el 32 % datan de la edad de 21 a 30 años, el otro 34 % que son de la edad de 31 a 40 años ambos tienen una alta puntuación, seguidas con el 19 % que son turistas más de 40 años y el 15 % son de 18 a 20 años.

Gráfico 22: ¿Cuál es su identidad de género?

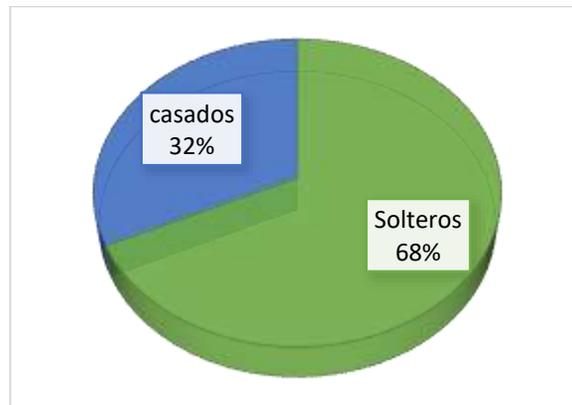


Fuente: Elaboración en base a trabajo de campo



El 52 % de los encuestados son de género masculino y el 48 % son de género femenino, aunque la diferencia no es por mucho.

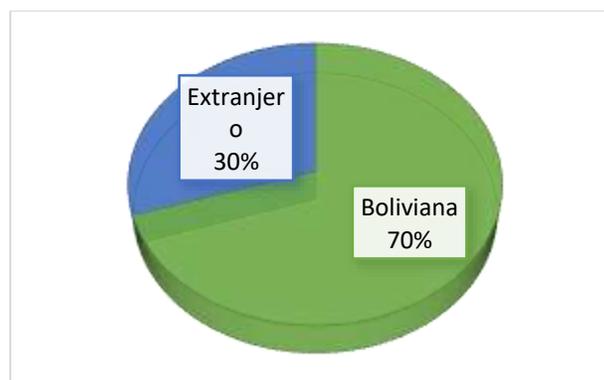
Gráfico 23: ¿Cuál es su estado civil?



Fuente: Elaboración en base a trabajo de campo

Según las respuestas de los encuestados el 68 % son solteros y el otro 32 % son casados, esto cabe decir que para el segmento de turistas para nuestras rutas serán en su mayoría solteros.

Gráfico 24: ¿Cuál es su nacionalidad?

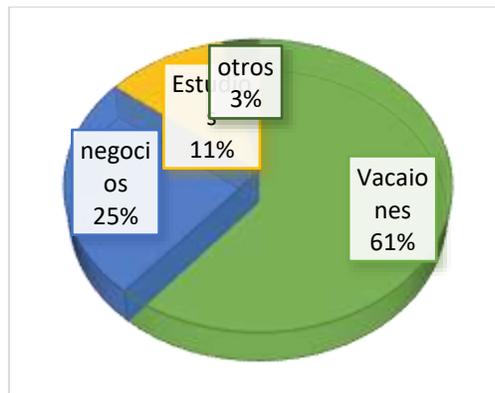


Fuente: Elaboración en base a trabajo de campo



El 70 % de los encuestados son de nacionalidad boliviana y el restante que es el 30 % son extranjeros, con eso se puede decir que la mayor parte de nuestro segmento serán turistas nacionales.

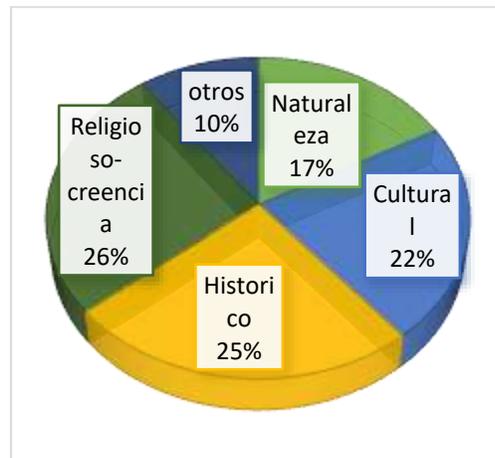
Gráfico 25: ¿Cuál es el motivo de su viaje?



Fuente: Elaboración en base a trabajo de campo

En el gráfico anterior se observa que el 61 % de los encuestados viaja en vacaciones y el 25 % por negocios, el 11 % por motivos de estudio y el otro 3% los fines de semana.

Gráfico 26: ¿Cuál es la motivación para visitar a Copacabana?





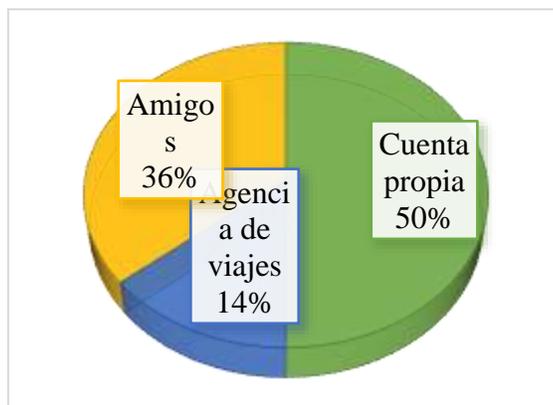
Fuente: Elaboración en base a trabajo de campo

En el anterior cuadro se puede observar que la motivación para viajar al lugar es: con un gran porcentaje de 26 % siendo uno de los mayores porcentajes por motivos religiosos o creencias. el 25 % de los encuestados les gusta más histórico, con el 22 % le gusta lo cultural, tradiciones. El 17 % le gusta lo natural y con el 10 % son otros.

Es bueno conocer la motivación del turista tanto nacional como internacional se realizó entrevistas y encuestas para ver su principal motivación según datos obtenidos se llegó a una conclusión de que el turista viaja como a lugares que son alejados de la ciudad como una actividad con la naturaleza, aventura, cultura

Dado estos tenemos la facilidad de realizar un turismo relacionado con esa motivación

Gráfico 20: Organización de su viaje



Fuente: Elaboración en base a trabajo de campo

En el cuadro anterior se puede observar que los resultados de los encuestados dieron que una gran parte que son el 86 % viaja en cuenta propia y 14 % viaja mediante agencias de viajes.



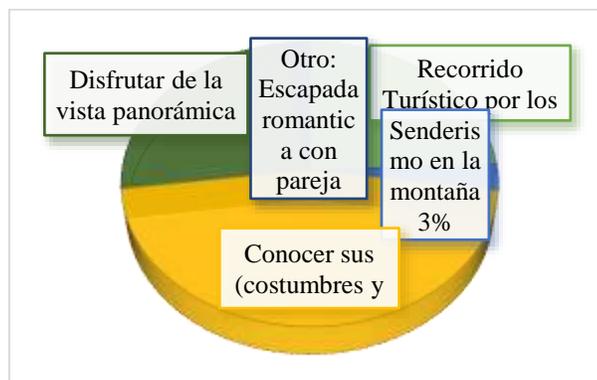
Gráfico 27: ¿Te gustaría Visitar la Isla de la Luna?



Fuente: Elaboración propia, en base a encuestas realizadas a Turistas Nacionales e Internacionales, (2023)

Según el porcentaje obtenido, el 62% de los participantes afirmaron que sí, les gustaría visitar la Isla de la Luna mediante un producto turístico. El 32% respondió que tal vez estarían interesados, pero dependería de la oportunidad, situación o contexto en que se presentara la oferta. Y el 6% restante indicó que no les interesa visitar la Isla de la Luna.

Gráfico 28 ¿Qué actividades te gustaría realizar en la Isla de la Luna?



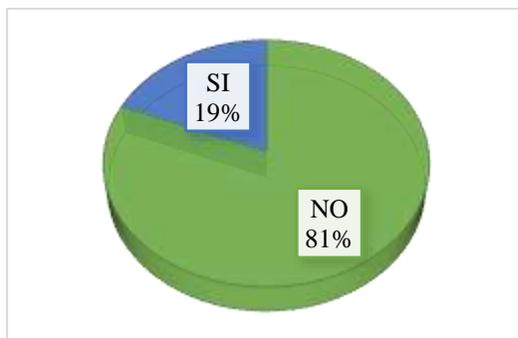
Fuente: Elaboración propia, en base a encuestas realizadas a Turistas Nacionales e Internacionales, (2023)

Según la información proporcionada, el 46% de los encuestados menciona que les gustaría conocer las costumbres y tradiciones del lugar, el 25% disfrutar de la vista panorámica de los



paisajes y la naturaleza, el 24% realizar un recorrido turístico por los sitios arqueológicos, el 3% hacer senderismo en la montaña y el 2% optaría por una escapada romántica con su pareja. Estos resultados reflejan las preferencias y motivaciones de los turistas en cuanto a las actividades que les gustaría realizar durante su visita al lugar.

Grafico 29 ¿Alguna vez participó en alguna actividad de turismo místico en la Isla de la Luna?



Fuente: Elaboración propia, en base a encuestas realizadas a Turistas Nacionales e Internacionales, (2023)

Según la respuesta, la gran mayoría de las personas encuestadas el 81% NO ha participado en una actividad de turismo místico en la Isla de la Luna. Solo una minoría de 19% ha participado, pero con un paquete diferente en el que la actividad de turismo místico era solo una parte del producto. Esto podría sugerir que hay una oportunidad para que se desarrolle productos de turismo místico en la Isla de la Luna, y que podría haber una demanda potencial de turismo místico por parte de los visitantes.

Gráfico 30: ¿Considera que la Isla de la Luna es un lugar adecuado para el turismo místico y vivencial?



Fuente: Elaboración propia, en base a encuestas realizadas a Turistas Nacionales e Internacionales (2016)

El 91% de las personas encuestadas considera que la Isla de la Luna si es un lugar adecuado para el turismo místico y vivencial, lo que indica un alto potencial para desarrollar actividades turísticas relacionadas con lo místico en la Isla de la Luna. Sin embargo, un pequeño porcentaje (6%) no ve a la Isla de la Luna como un destino adecuado para este tipo de turismo y un porcentaje aún menor (3%) no conoce el destino, lo que sugiere la necesidad de mejorar la promoción y el conocimiento del destino para atraer a más turistas.

Gráfico 31 ¿Estaría interesado/a en participar en una actividad de turismo místico y vivencial en la Isla de la Luna?

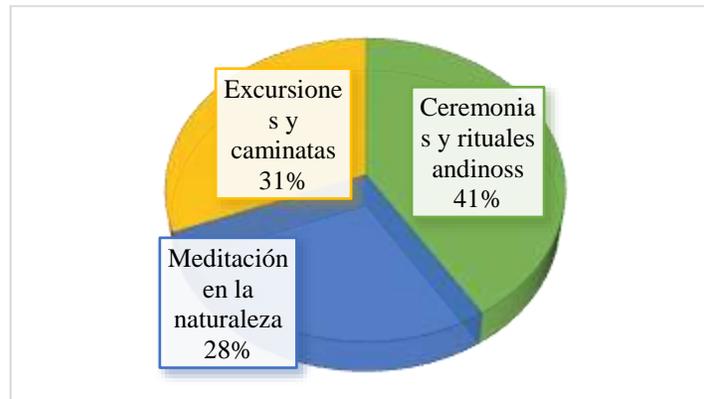




Fuente: Elaboración propia, en base a encuestas realizadas a Turistas Nacionales e Internacionales, (2023)

El en grafico 30 el 81% de las personas encuestadas estaría interesado en participar en una actividad de turismo místico en la Isla de la Luna, lo que indica un alto potencial de demanda para este tipo de actividad turística en la isla. Sin embargo, un pequeño porcentaje (3%) de las personas encuestadas indicó que no estarían interesadas en participar en una actividad de turismo místico en la Isla de la Luna.

Gráfico 31: ¿Qué tipo de actividad te gustaría experimentar en la Isla de la Luna



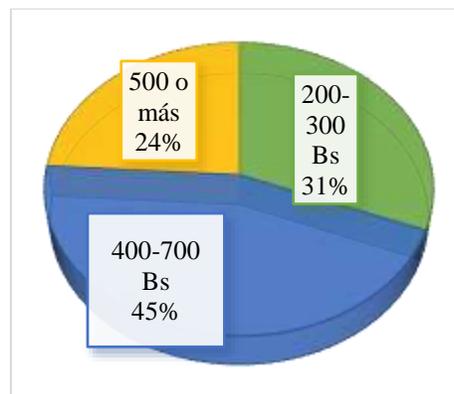
Fuente: Elaboración propia, en base a encuestas realizadas a Turistas Nacionales e Internacionales, (2023)

El 41% de los encuestados indicó que le gustaría hacer excursiones y caminatas en la isla, lo que sugiere que las actividades al aire libre son muy atractivas para los turistas interesados en el turismo místico. El 31% de las personas encuestadas indicó que les gustaría experimentar ceremonias y rituales andinos, lo que sugiere que hay un interés en las prácticas culturales y espirituales de la región. El 28% de las personas encuestadas indicó que les gustaría meditar y hacer yoga en la naturaleza, lo que sugiere un interés en actividades de bienestar y meditación.



En conclusión, de acuerdo a los porcentajes obtenidos el turismo místico podría enfocarse en la conexión con la naturaleza y en la exploración de las prácticas culturales y espirituales de la región andina. Los turistas podrían participar en ceremonias y rituales andinos, realizar excursiones al aire libre, hacer meditación y yoga en la naturaleza, entre otras actividades que les permitan conectarse con la espiritualidad y la cultura de la Isla de la Luna.

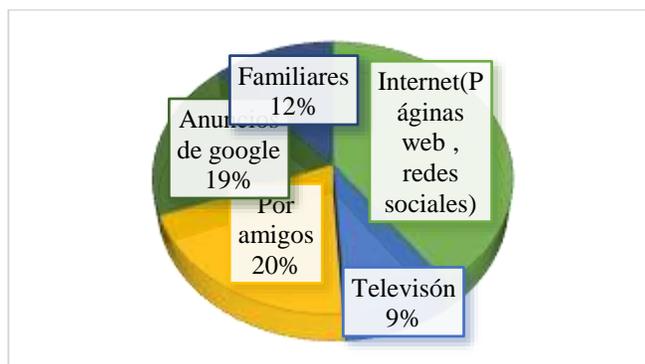
Gráfico 32: ¿Cuánto pagaría por una visita a la Isla de la Luna en un tiempo de 3 días y 2 noches?



Fuente: Elaboración propia, en base a encuestas realizadas a Turistas Nacionales e Internacionales, (2023)

El 45% estaría dispuesto a pagar entre 400-700 bolivianos por una visita turística a la Isla de la Luna por un período de 3 días y 2 noches, mientras que el 31% estaría dispuesto a pagar entre 200 y 300 bolivianos por dicha visita. Estos resultados sugieren que existe una demanda moderada por servicios turísticos en la Isla de la Luna y que los precios mencionados en la encuesta podrían servir como referencia para establecer tarifas adecuadas.

Gráfico 33: ¿Cuál es el medio por el cual se entera de ofertas para realizar un viaje?



Fuente: Elaboración propia, en base a encuestas realizadas a Turistas Nacionales e Internacionales, (2023)

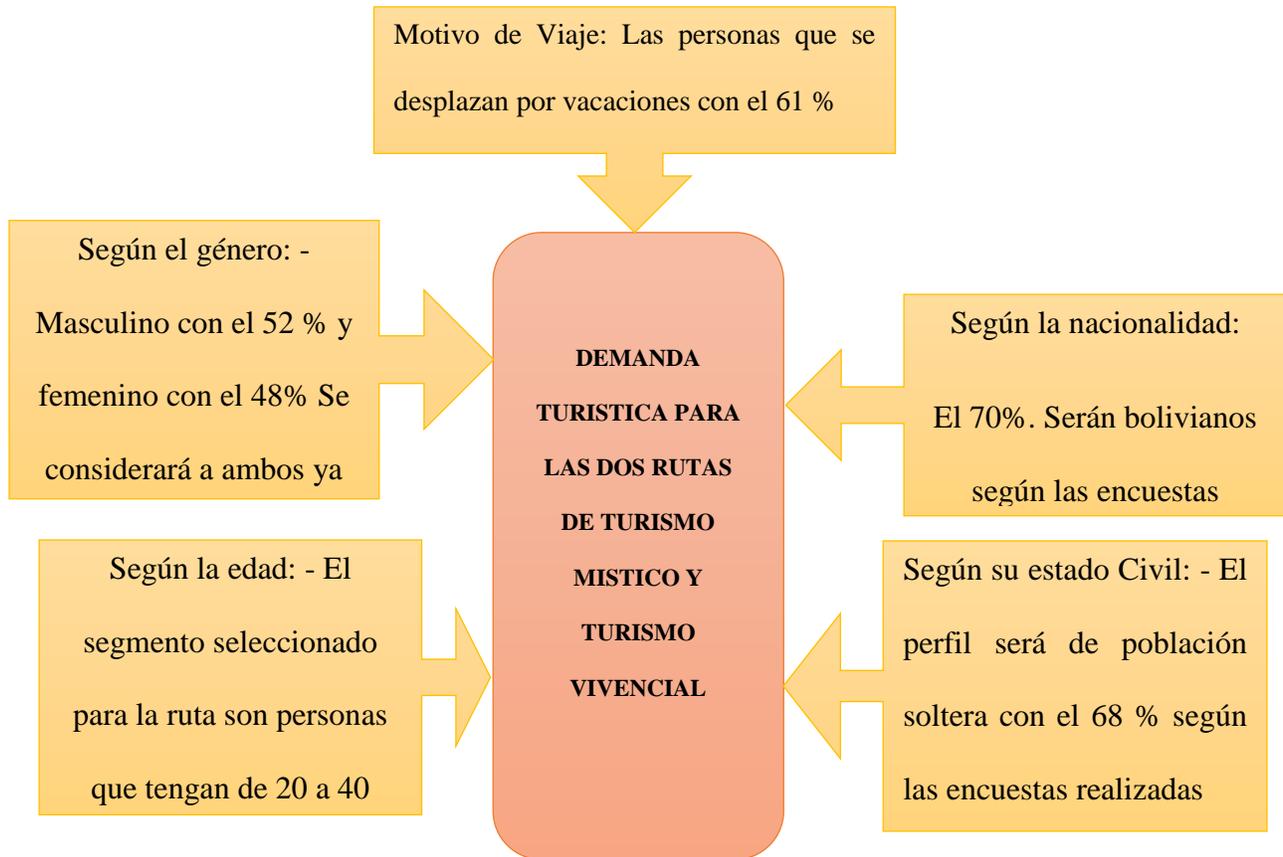
El 40% de los encuestados se enteran de las ofertas turísticas y viajes a través de Internet, mientras que el 20% lo hacen a través de amigos. El 19% se enteran a través de anuncios de Google, el 12% mediante televisión y el 9% a través de familiares. Estos resultados pueden ser útiles para las empresas turísticas al diseñar sus estrategias de marketing y promoción, centrándose en los canales de comunicación más utilizados por los potenciales clientes.

4.2.2.1.2 PERFIL DE LA DEMANDA TURÍSTICA PARA LAS DOS RUTAS TURÍSTICAS MÍSTICA-VIVENCIAL

La recolección de información en cuanto al perfil del visitante nos ayudara a entender las características y preferencias de nuestra demanda actual.



Figura 4 Perfil para la demanda Turística de las dos rutas



Fuente: Elaboración propia, en base a encuestas realizadas a Turistas Nacionales e Internacionales, (2023)

Para definir el perfil del turista para las dos rutas turísticas tanto para la Mística como la Vivencial, se usó la fórmula para sacar “el tamaño de muestra poblacional” la cual nos dejó un resultado de 89, para ese caso se realizó un trabajo de campo en el lugar, encuestando a 90 turistas de Copacabana, con los resultados obtenidos se sacaron el perfil del turista para las dos rutas.

En las preguntas estaban:

-Edad

-Sexo



- Nacionalidad
- Motivo de viaje
- Motivación para viajar al lugar

Entre otras preguntas relacionadas al producto.

4.2.2.7. COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA

En la actualidad no se han implementado estrategias de promoción efectivas para atraer más turistas. Esto contrasta con el trabajo de las agencias de viaje que trabajan en el municipio, las cuales ofrecen paquetes turísticos que incluyen los atractivos de la Isla de la Luna.

La Isla de la Luna es un destino turístico con gran potencial debido a sus atractivos naturales y culturales, sin embargo, su comercialización y promoción turística aún se encuentran en una etapa incipiente.

Para lograr una mayor afluencia de turistas, es necesario desarrollar una promoción que permitan dar a conocer los atractivos turísticos de la isla, así como los servicios y actividades que se ofrecen.

Entre las posibles estrategias se encuentran la creación de un sitio web con información completa sobre la isla y los servicios turísticos que se ofrecen, el uso de redes sociales para promocionar la isla y sus atractivos, la realización de ferias turísticas y la colaboración con agencias de viajes y operadores turísticos.

Además, es importante destacar la oferta cultural de la isla, como sus fiestas tradicionales y sus manifestaciones artísticas, lo cual puede ser un atractivo adicional para los turistas interesados en conocer la cultura y las tradiciones locales.



La Isla de la Luna tiene un gran potencial turístico que aún no ha sido completamente aprovechado, por lo que es necesario implementar estrategias de promoción para atraer más visitantes y generar un mayor impacto económico.

4.2.2.8. COMPETENCIA Y COMPLEMENTARIEDAD CON OTROS DESTINOS

4.2.2.1.3 COMPETENCIA:

A. **Isla del Sol:** La mayor competencia para este destino es “la Isla del Sol”, pero es una competencia totalmente desleal, porque dan una muy mala propaganda hacia la Isla de la Luna, les dicen a los turistas interesados en visitar la Isla de la Luna que no hay donde comer y solo verán un “montón de muros de piedra” porque “no hay más atractivos turísticos”. Porfirio Mamani en la entrevista comentó lo siguiente “...*pasa que a veces, nosotros vendemos el pasaje a 50 bolivianos por persona y ellos de repente rebajan a 30 o 25 bolivianos, con eso ya agarran más gente...*”.

B. **Dragón Dormido:** Es un cerro imponente que tiene la forma del mítico animal. Conocido también como el “Púlpito del Diablo”. Se encuentra localizado a 17 kilómetros del pueblo de Puerto Carabuco, entre la Comunidad de Quillima y Santiago de Okola. En sus faldas rocosas se observan estrechos caminos que conducen a antiguas bocaminas, que a pesar de la erosión natural aún se observan vestigios de la explotación de antimonio y plomo. (Entrevista a Porfirio Mamani junta de vecinos Isla de la Luna, 4/06/2023).



4.2.2.1.4 COMPLEMENTARIEDAD:

Si bien la Isla del Sol es la principal competencia de la Isla de la Luna, también es un destino complementario, ya que en los circuitos que ofrecen las Agencias, realizan recorridos que pasan por las dos Islas. (Entrevista a Porfirio Mamani junta de vecinos Isla de la Luna, 4/06/2023).

Santa Ana: Practican la agricultura, la pesca y la manufactura textil propia de la comunidad, que son elaboradas por las mujeres del poblado. Además, posee diversos puntos de interés turístico: sitios arqueológicos, naturales y culturales, entre los cuales destacan el “Horno Prehispánico para la Cocción de cerámica de la época”, “las pisadas del Inca” (se cree que es la huella humana más antigua del mundo). El “camino del inca” que fue una ruta abierta por la cultura Tiwanacota y posteriormente usada por los Incas y que luego los españoles la utilizaron como principal ruta de intercambio comercial entre los valles yungeños y el altiplano. También destacan sus importantes sitios naturales como: “la Gruta de Lourdes en Inca Chaca”, ubicado a las orillas del lago Titicaca y los diferentes senderos o caminos de cultivos de productos andinos. (Entrevista a Porfirio Mamani junta de vecinos Isla de la Luna, 4/06/2023).

Yampupata: Península y pequeño pueblo con casas de adobe a las orillas del lago y la playamás linda, ese es su principal y más grande atractivo la “playa blanca”.

Sampaya: presenta una excelente preservación de la arquitectura prehispánica existente allí, con técnicas tradicionales, incluyendo casas construidas completamente en piedra y sobre una pendiente terrazada en toda su extensión. (Entrevista a Porfirio Mamani junta de vecinos Isla de la Luna, 4/06/2023).



4.3 ANÁLISIS DE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO EN EL ÁREA DEL PROYECTO PARA LA ADMINISTRACIÓN GUBERNAMENTAL Y NO GUBERNAMENTAL

Se hizo un breve análisis de la importancia en el área del proyecto que se realiza en el Municipio de Copacabana y sus comunidades considerando la importancia que se le asigna a un determinado lugar como veremos a continuación.

4.3.1 PROGRAMAS DE APOYO FINANCIERO EN EL AREA DE INFLUENCIA DEL PROYECTO

Se realizará una breve descripción de lo que se está haciendo en materia de turismo para el municipio de Copacabana-Isla de la Luna (Comunidad Coati) específicamente considerando el presupuesto e importancia que se le asigna a determinado lugar:

Según Unicom-2023 “El Gobierno nacional, a través del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural y el Viceministerio de Turismo, presentaron un concurso denominado “Conoce-Bolivia” el cual consiste en la producción de videos para fomentar y promocionar los distintos sitios turísticos del país, el cual trata en que la población durante sus viajes pueda elaborar un video mostrando el potencial turístico del sitio visitado o sobre el municipio, comunidad o localidad donde habitan.

En el Programa Nacional de Turismo Comunitario (2016) “El Viceministerio de Turismo, a través del programa Nacional de Turismo Comunitario invirtió recursos para reforzar a los emprendimientos de las comunidades y también en el apoyo a los municipios con importante infraestructura y equipamiento”.



En el Programa Nacional de Turismo Comunitario (2016) “Para mejorar el servicio en el eco-albergue de la comunidad de Coati se mejoró los servicios higiénicos con la implementación de duchas, inodoros, urinarios, y lavamanos, en este albergue pueden hospedarse hasta 12 personas, para todo esto se hizo una inversión total de 253.683,18 Bs fondos sacados de los presupuestos del Municipio de Copacabana”.

4.3.2 GOBIERNO AUTÓNOMO DEPARTAMENTAL DE LA PAZ

Según JUBILEO (2021) “Indica que el Gobierno Autónomo Departamental de La Paz designó un presupuesto de 13.212.976 bolivianos para el Municipio de Copacabana de los cuales el 1,51 % está designado para el desarrollo y fomento del turismo que llegaría a ser 170.000 bolivianos y el 1,06 % está designado para la promoción y conservación de cultura y patrimonio que llegaría a ser 120.000 bolivianos”

Se cabe recalcar que el Viceministerio de Turismo no cuenta con monto exacto de presupuestos designados al Municipio de Copacabana para el área de turismo, sin embargo, ellos desembolsan presupuestos mediante la implementación de proyectos, por el cual, no hay presupuesto designado para el área de turismo para la Isla de la Luna.



Tabla 16 Presupuesto de Asignación al Municipio de Copacabana

Gestiones 2021

(En Bolivianos)

Sector/Programa	2021 FUNCIONAMIENTO	%	INVERSIÓN	%	Total (En Bs)	%
0 FUNCIONAMIENTO DEL ÓRGANO EJECUTIVO	1,731,157	18.37%		0.00%	1,731,157	15.36%
1 FUNCIONAMIENTO DEL ÓRGANO DELIBERATIVO	601,217	6.38%		0.00%	601,217	5.33%
10 PROMOCIÓN Y FOMENTO A LA PROMOCIÓN AGROPECUARIA	55,000	0.58%		0.00%	55,000	0.49%
11 SANEAMIENTO BÁSICO	154,922	1.64%	892,806	48.39%	1,047,728	9.30%
14 ASEO URBANO, MANEJO Y TRATAMIENTO DE RESIDUOS SÓLIDOS	250,000	2.65%		0.00%	250,000	2.22%
16 SERVICIO DE ALUMBRADO PÚBLICO	88,000	0.93%		0.00%	88,000	0.78%
17 INFRAESTRUCTURA URBANA Y RURAL	120,000	1.27%	952,270	51.61%	1,072,270	9.51%
18 GESTIÓN DE CAMINOS VECINALES	130,000	1.38%		0.00%	130,000	1.15%
19 SERVICIO DE CATASTRO URBANO Y RURAL	20,000	0.21%		0.00%	20,000	0.18%
20 GESTIÓN DE SALUD	1,825,969	19.37%		0.00%	1,825,969	16.20%
21 GESTIÓN DE EDUCACIÓN	1,577,551	16.74%		0.00%	1,577,551	14.00%
22 DESARROLLO Y PROMOCIÓN DEL DEPORTE	230,000	2.44%		0.00%	230,000	2.04%
22 PROMOCIÓN Y CONSERVACIÓN DE CULTURA Y PATRIMONIO	120,000	1.27%		0.00%	120,000	1.06%
24 DESARROLLO Y FOMENTO DEL TURISMO	170,000	1.80%		0.00%	170,000	1.51%
25 PROMOCIÓN Y POLÍTICAS PARA GRUPOS VULNERABLES	575,328	6.10%		0.00%	575,328	5.11%
26 DEFENSA Y PROTECCIÓN DE LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA	75,000	0.80%		0.00%	75,000	0.67%
29 SERVICIO DE FANEADO DE GANADO	10,000	0.11%		0.00%	10,000	0.09%
31 GESTIÓN DE RIESGOS	40,000	0.42%		0.00%	40,000	0.35%
33 SERVICIO DE SEGURIDAD CIUDADANA	85,389	0.91%		0.00%	85,389	0.76%
34 FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL	1,565,000	16.61%		0.00%	1,565,000	13.89%
SUBTOTAL SIN PROGRAMAS 97,98 y 99:	9,424,533	100%	1,845,076	100%	11,269,609	100%
97 PARTIDAS NO ASIGNABLES A PROGRAMAS- ACTIVOS FINANCIEROS	1,503,281				1,503,281	
99 PARTIDAS NO ASIGNABLES A PROGRAMAS –DEUDAS	440,086				440,086	
SUBTOTAL PROGRAMAS 97, 98 y 99:	9,424,533		0.00		1,943,367	
Total General:	11,367,900		1,845,076		13,212,976	

Fuente: Presupuesto General del Estado - Ministerio de Economía y Finanzas Públicas.



Dentro del departamento de La Paz, en su PTDI (GAD- La Paz, 2016:208), se le da importancia al desarrollo del turismo a través de la promoción y gestión de proyectos entre los cuales resaltan:

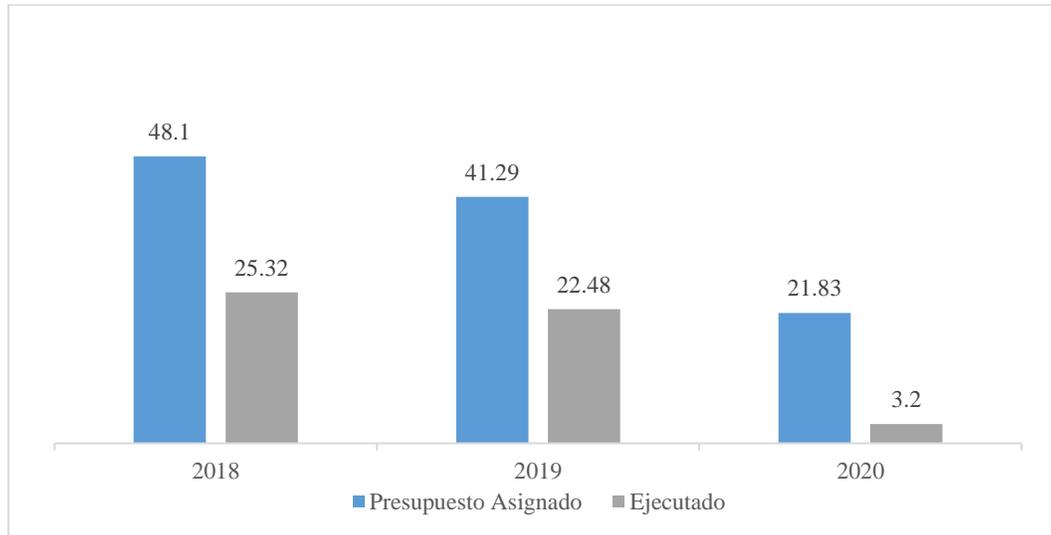
- Promoción del potencial turístico del Departamento de manera sustentable.
- Identificación de nuevos destinos turísticos.
- Complejos Turísticos.
- Turismo comunitario y ecológico
- Promoción del potencial turístico del Departamento de manera sustentable
- Promoción y difusión del turismo en el Departamento de La Paz.
- Elaboración de un análisis sectorial y definición de la normativa.

Se cabe recalcar que el Viceministerio de Turismo no cuenta con monto exacto de presupuestos designados al Municipio de Copacabana para el área de turismo, sin embargo, ellos desembolsan presupuestos mediante la implementación de proyectos, por el cual, no hay presupuesto designado para el área de turismo para la Isla de la Luna.

4.3.3 GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE COPACABANA

Según la página (**Industry-2012**) “Indicó que el alcalde de Copacabana, señaló que con la aplicación del proyecto financiado por el Banco Mundial, para la renovación del sistema de alcantarillado, dotación de agua potable las 24 horas para toda la ciudad y la construcción de dos plantas de tratamiento de aguas servidas, se evitará que los desechos vayan a dar al lago Titicaca, también señaló que con la descontaminación del lago Sagrado se solucionará gran parte de los problemas de la ciudad turística y potenciar aún más sus atractivos turísticos, para este proyecto se hizo una pre-inversión de 80.000 dólares”.

Gráfico 21: Presupuesto del Gobierno Autónomo (en millones de bolivianos)



Fuente: Viceministerio de Presupuesto y Contabilidad Fiscal, Ministerio de Economía y Finanzas y SIGEP Elaboración MDPyEP – DAPRO

Para el año 2020 el municipio de Copacabana tenía una asignación presupuestaria de 21,83 millones de bolivianos, el cual solo 3,20 millones de bolivianos fueron ejecutados.

Estadísticas municipales.

Tabla 17: Estadísticas, Municipales

				TURISMO		
Departamento	Municipio	Cod.Mun.	Área Km2	Producción Bruta (millones Bs,año)	Valor agregado (millones Bs. Año)	Población Ocupada
La Paz	Copacabana	21701	174.701353	287,0	129	1.204

Elaboración MDPyEP – DAPRO, 2019

Por otro lado, no se dispone de datos financieros y económicos a nivel Isla de la Luna, debido a la falta de estos datos se dificulta la comprensión precisa de la situación económica y financiera de la Isla de La Luna (Comunidad Coati) Sin esta información, resulta complicado evaluar aspectos como los ingresos generados por el turismo, los gastos relacionados con el desarrollo



de la isla, las inversiones realizadas en infraestructuras turísticas o los indicadores económicos locales.

4.4 ANÁLISIS PRESUPUESTAL DE LA ISLA DE LA LUNA

El análisis del diagnóstico de la Isla de la Luna muestra que existen importantes oportunidades para desarrollar el turismo cultural, místico y vivencial. La isla cuenta con un rico patrimonio cultural y espiritual, que incluye antiguos sitios arqueológicos, rituales y festivales tradicionales, y la presencia de la comunidad que mantiene su tradición ancestral, sin embargo, también hay desafíos que deben ser abordados.

La Isla de la Luna está relativamente aislada y cuenta con una infraestructura turística limitada, lo que dificulta el acceso de visitantes y el desarrollo de nuevas iniciativas turísticas. Además, es importante garantizar que el desarrollo del turismo sea sostenible y que se respete los valores culturales y espirituales de la región, con estos desafíos en mente, el proyecto de turismo cultural o místico en la Isla de la Luna.

Para lograr esto, el proyecto debe incluir nuevos productos turísticos, como rutas que presenten los diferentes atractivos turísticos de la Isla, Así como los conocimientos ancestrales, que permitan a los visitantes conocer y disfrutar de la cultura, además que también se vio que la Isla de la Luna carece de promoción del destino, falta de nuevos productos, competencias entre otros destinos que no le permiten ser conocido como Isla un lugar potencial y apto para recibir a turistas.

Para lograr esto, el proyecto debe incluir nuevos productos turísticos, como rutas que presenten los diferentes atractivos turísticos de la Isla, así como los conocimientos ancestrales que



permitan a los visitantes conocer y disfrutar de la cultura. También se ha identificado que la Isla de la Luna carece de promoción del destino y nuevos productos turísticos enfocados en una nueva tipología, Por lo tanto, es importante desarrollar una estrategia de promoción y comercialización que permita dar a conocer la Isla como un destino turístico único y atractivo, con un enfoque en su cultura, historia costumbres y tradiciones.

4.5 ANÁLISIS FODA

El análisis de FODA es realizada para identificar y evaluar factores internos y externos de la comunidad este análisis nos permitirá comprender mejor tanto sus fortalezas, oportunidades debilidades y amenaza y el cruce de variables estratégicas para optimizar F.O. y minimizar D.A.

Cuadro: Variables de Estudio de Oferta

CRUCE DE VARIABLES ESTRATÉGICAS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OFERTA	<ul style="list-style-type: none">• La Isla de la Luna cuenta con una, riqueza cultural como costumbres y tradiciones• Posee un entorno natural impresionante con vistas panorámicas del lago Titicaca.• Tiene una biodiversidad de flora y fauna.• La comunidad es activa y organizada.	<ul style="list-style-type: none">• Falta de nuevos proyectos turísticos.• La oferta limitada de actividades turísticas puede resultar monótona para ciertos tipos de turistas, por lo que reduce su tiempo de estadía en la Isla.• No existe rutas turísticas que abarquen netamente el turismo místico y el turismo vivencial.



OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA F.O.	ESTRATEGIA D.O.
<ul style="list-style-type: none">• Hay interés por parte de los comunarios en realizar proyectos turísticos en la comunidad de Coati.• Los atractivos turísticos se encuentran en condiciones favorables para la realización de actividades.• Diversidad de recursos naturales y culturales.• Fomentar el turismo vivencial, comunitario, místicos entre otros.	<p>F.O 1. Desarrollar proyectos turísticos que resalten la riqueza cultural y natural de la isla, involucrando activamente a la comunidad.</p> <p>F.O 2. Crear y promover rutas turísticas que incluyan el turismo místico y vivencial, utilizando la biodiversidad y el entorno natural como principales atractivos.</p>	<p>D.O.1. Implementar nuevos proyectos turísticos que diversifiquen la oferta y prolonguen el tiempo de estadía de los turistas.</p> <p>D.O.2. Establecer rutas turísticas específicas para turismo místico y vivencial, apoyándose en el interés de los comunarios y las condiciones favorables de los atractivos turísticos.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIA F.A.	ESTRATEGIA D.A.
<ul style="list-style-type: none">• Competencia con otros destinos con similares características.• Falta de financiamiento por parte del Municipio de Copacabana para el desarrollo de la Infraestructura y servicios.• Riesgo de degradación ambiental debido al incremento de turistas.	<p>F.A.1. Promover la singularidad de la Isla de la Luna frente a destinos competidores, destacando su riqueza cultural y biodiversidad.</p> <p>F.A.2. Buscar financiamiento alternativo para el desarrollo de infraestructura, destacando la organización comunitaria.</p> <p>F.A.3. Implementar prácticas de turismo sostenible para minimizar la degradación ambiental.</p>	<p>D.A.1. Diversificar la oferta turística con nuevos proyectos y actividades para diferenciarse de otros destinos.</p> <p>D.A.2. Buscar alianzas y fondos externos para financiar el desarrollo de infraestructura y servicios.</p> <p>D.A.3. Desarrollar y aplicar un plan de manejo ambiental que controle el impacto del turismo y preserve los recursos naturales.</p>

Fuente: Elaboración propia



Cuadro: Variables de Estudio de la Demanda

CRUCE DE VARIABLES ESTRATÉGICAS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
DEMANDA	<ul style="list-style-type: none"> • Llegada de visitantes en fechas festivas a la Isla de la Luna. • Llegada de turistas con interés de caminatas, aventura, comunitario, vivencial, místico. 	<ul style="list-style-type: none"> • No existe un registro estadístico de la demanda actual. • Falta de promoción turística.. • La sensación de aislamiento debido a la ubicación geográfica puede disuadir a algunos turistas que prefieren destinos más accesibles. • Falta de información en atractivos por lo que los turistas desconocen los atractivos turísticos de la comunidad.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA F.O.	ESTRATEGIA D.O.
<ul style="list-style-type: none"> • La comunidad tiene potencial para desarrollar actividades turísticas, recreativas. • Uso de medios digitales para atraer más turistas para mejorar la experiencia de los turistas 	<p>F.O.1. Desarrollar actividades turísticas y recreativas que coincidan con las fechas festivas para atraer a más visitantes</p> <p>F.O.1 Utilizar medios digitales para promocionar la isla y atraer turistas interesados en aventura, turismo comunitario, vivencial y místico.</p>	<p>D.O.1. Implementar un sistema de registro estadístico de visitantes para comprender mejor la demanda.</p> <p>D.O.2. Utilizar medios digitales y plataformas en línea para promocionar la Isla y proporcionar información detallada</p>



		sobre los atractivos turísticos. D.O.1. Mejorar la accesibilidad y la sensación de conexión para los turistas mediante información clara y accesible sobre cómo llegar y qué esperar.
AMENAZAS	ESTRATEGIA F.A.	ESTRATEGIA D.A.
<ul style="list-style-type: none">• Poca demanda de turistas debido a otros atractivos que pueden atraer mismos segmentos y reduce el tiempo de estadía del turista, menor a un día• Cambios climáticos pueden afectar su experiencia de los turistas.	<p>F.A.1 Promocionar las fechas festivas y eventos especiales para aumentar la demanda durante períodos de baja afluencia</p> <p>F.A.2. Destacar las actividades de aventura y turismo místico para diferenciar la isla de otros destinos.</p> <p>F.A.3. Desarrollar paquetes turísticos que incluyan experiencias únicas que no dependan del clima</p>	<p>D.A.1. Diversificar la oferta de actividades turísticas para aumentar la duración de la estancia de los turistas y hacer que la isla sea un destino más atractivo frente a otros competidores.</p> <p>D.A.2. Buscar formas de mejorar la promoción y accesibilidad de la isla para atraer a turistas que buscan destinos remotos pero bien informados. D.A.2. Desarrollar estrategias para mitigar el impacto de los cambios climáticos en la experiencia turística, como ofrecer actividades alternativas en interiores.</p>

Fuente: Elaboración propia



Cuadro: Variables de Estudio de Superestructura

CRUCE DE VARIABLES ESTRATÉGICAS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
SUPERESTRUCTURA	<ul style="list-style-type: none"> • Riqueza a sitios históricos arqueológicos culturales, paisaje único. • El idioma nativo Aymara y español • Producción de productos nativos (papa, oca, haba) • Cuentan con criadero de truchas en la Isla. • Práctica de medicina tradicional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso solo por vía lacustre • Falta de recursos financieros para el mantenimiento de la Infraestructura, señalización Turística. • No cuenta con atención médica (centro de salud). • Infraestructura limitada (servicios básicos, comunicaciones ENTEL)
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA F.O.	ESTRATEGIA D.O.
<ul style="list-style-type: none"> • Interés de fundaciones privadas u entes gubernamentales. • Desarrollar propuestas con nuevas tipologías de turismo. 	<p>F.O.1 Desarrollar propuestas turísticas que resalten la riqueza cultural y natural, aprovechando el interés de fundaciones privadas y entes gubernamentales.</p> <p>F.O.2 Promover intercambios de idiomas y experiencias culturales mediante turismo vivencial y comunitario.</p>	<p>D.O.1. Buscar financiamiento y apoyo de fundaciones privadas y entes gubernamentales para mejorar la infraestructura y señalización.</p> <p>D.O.2. Desarrollar nuevas tipologías de turismo, como el turismo de salud aprovechando la práctica de medicina tradicional.</p> <p>D.O.3. Mejorar la accesibilidad mediante la optimización de las rutas lacustres y crear una red de</p>



AMENAZAS	ESTRATEGIA F.A.	ESTRATEGIA D.A.
<ul style="list-style-type: none">• No cuenta con un presupuesto destinado para el Turismo• No tienen planes proyectos turísticos futuros.	F.A.1. Desarrollar proyectos turísticos que no dependan del presupuesto municipal, aprovechando la riqueza cultural y los paisajes únicos para atraer inversión privada. F.A.2. Crear planes turísticos futuros que incluyan la producción de productos nativos y el criadero de truchas como parte de la oferta turística.	servicios básicos más robusta. D.A.1. Establecer alianzas estratégicas con organizaciones que puedan financiar proyectos turísticos y de infraestructura. D.A.2. Desarrollar un plan integral de turismo que contemple mejoras en servicios básicos y comunicaciones, así como la creación de un centro de salud.

Fuente: Elaboración propia



CAPÍTULO VI:

MARCO LÓGICO



5 MARCO LÓGICO

5.1 IDENTIFICACIÓN DE ACTORES

Actor	Mandato	Poder	Necesidad de proyectos en general (Intereses)	Necesidad de proyectos turísticos (problemas turísticos)	Recursos	Conflictos potenciales	Responsable de las debilidades
DIRECCION DE TURISMO Y CULTURAS DEL MUNICIPIO DE COPACABANA	Toma de decisión para asistencia a ferias, festivales y otras actividades relacionadas con el turismo y cultura. Generan bienestar social.	Solicitan Apoyo financiero a entidades Gubernamentales ONGs, embajadas, viceministro de Turismo Entidad pública. Apoya al desarrollo de emprendimientos	No existe promoción turística para algunos emprendimientos comunitarios. No hay apoyo financiero, señalización deteriorada	-Necesidad de nuevos emprendimientos turísticos para la ciudad de Copacabana.	170,000 mil bolivianos designados para el turismo 120,000 mil bolivianos designados la promoción y conservación de cultura y patrimonio	POA Mal manejo de recursos económicos designados al turismo.	Ente encargado de disponer un financiamiento a comunidad Isla de la Luna para su mejor desarrollo en la actividad turística.
ASOCIACION DE TURISMO COMUNITARIO	Participación en festival de danzas, actos cívicos. Forman parte de la toma de decisiones	No cuentan con apoyo financiero en el tema del turismo.	Necesidad de apoyo financiero o de convenios para poner en marcha el proyecto	-Necesidad de revalorizar las costumbres y	-Medios de difusión de información	POA Existen conflictos de competencia	Emprendimiento de turismo comunitario encargado de disponer sus recursos

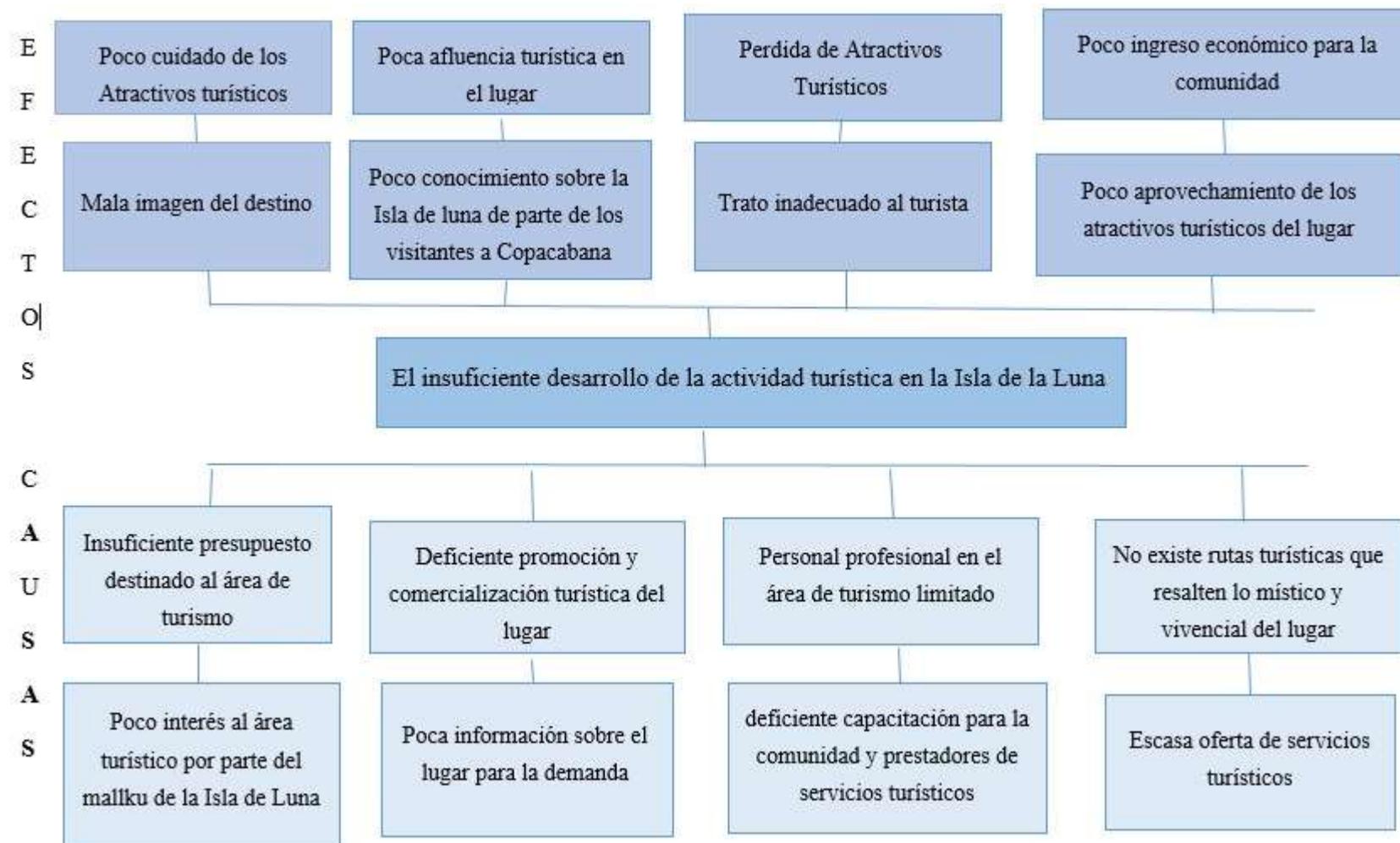


“WARMITHAKHI”	en los financiamientos de proyectos.	Importante en su constitución, reforma de estatutos, financiamiento de proyectos y disolución.		culturas de nuestros ancestros. Poca consolidación de las Rutas.		con la Isla del Sol	turísticos para la promoción de paquetes turísticos.
ONG y Agencias de Viajes	Promover el desarrollo de la comunidad, defender los intereses	-cumplen un rol importante en su constitución, reforma de estatutos, financiamiento de proyectos y disolución.	-Necesidad de convenio de los lugares donde se realizará la ruta	Necesidad de nuevos emprendimientos turístico para generar nuevos ingresos	Infraestructura -Lugar para realizar la ruta	-Problemas sociales, enfrentamientos u otros.	Promocionar la Isla de la Luna creando paquetes de Intereses para el turista.

Fuente: Elaboración propia



5.2 ÁRBOL GENERAL DE PROBLEMAS



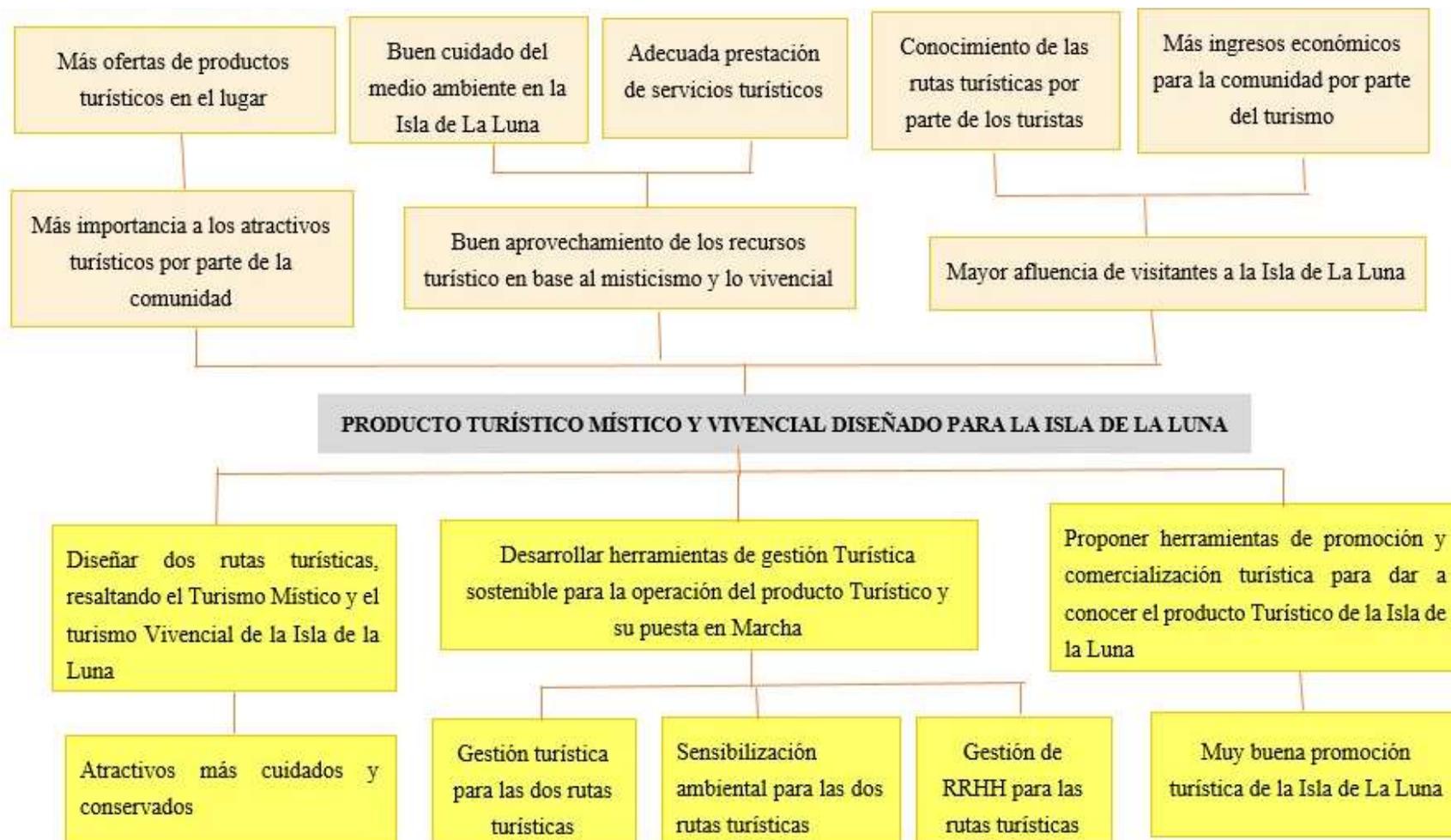


5.3 ÁRBOL DE PROBLEMAS PRIORIZADO





5.4 ÁRBOL DE OBJETIVO





5.5 SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO (PRIORIZACIÓN)

CRITERIOS	COEFICIENTE	ALTERNATIVA 1		ALTERNATIVA 2		ALTERNATIVA 3	
		Desarrollo de Nuevos productos turísticos (Rutas Turísticas místico y vivencial)		Circuito Turístico		Sensibilización	
COSTE	5	4	20	4	2	4	20
TIEMPO	4	5	20	3	12	3	12
CONCENTRACIÓN SOBRE LOS BENEFICIARIOS	3	4	12	5	15	2	6
RIESGOS SOCIALES	4	4	16	3	12	3	12
IMPACTO AMBIENTAL	4	4	16	4	16	3	12
IMPACTO DE GÉNERO	4	5	20	4	16	3	12
VIABILIDAD	5	5	25	5	25	4	20
TOTAL			129		116		106



5.6 MATRIZ DE MARCO LÓGICO

MATRIZ DE MARCO LÓGICO				
	RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES OBJETIVAMENTE VERIFICABLES	FUENTES O MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS IMPORTANTES
OBJETIVO Y PROPÓSITO	Diseño de la ruta de turismo Proponer un producto de turístico Místico y Vivencial para la Comunidad de Coati de la Isla de La Luna, en el Municipio de Copacabana, con el propósito de diversificar la oferta turística para el primer trimestre del 2026	Rutas turísticas elaboradas para la oferta turística en la comunidad Coati- Isla de la Luna resaltando el Turismo Místico Vivencial para el primer trimestre del 2026	<ul style="list-style-type: none">• Documento final Impreso• Documentos legales de las obras• Ejecutadas• Informes• Fotografías• Fichas de atractivos turísticos	Manejo adecuado de las rutas por parte de las familias que están involucradas en la Asociación de Turismo comunitario Warmi Thakhi



<p>OBJETIVO DEL PROYECTO (PROPÓSITO)</p>	<p>Diseño una ruta de turismo místico y otra ruta de turismo vivencial tomando en cuenta los atractivos turísticos de la isla de la Luna</p>	<p>Las rutas turísticas diseñadas engloban recursos turísticos y fomenta el turismo místico Vivencial</p>	<ul style="list-style-type: none">• Rutas ejecutadas y gestionadas de acuerdo con las fechas Importantes• Flujos de caja egresos y balance General• Documentos en apoyo a la actividad turística del Municipio (POA)• Informes• Lista de Participantes• Fotografías• Facturas	<p>Rutas Turísticas que captan demanda</p>
--	--	---	---	--



RESULTADO/PRODUCTOS (OBJETIVOS ESPECÍFICOS)	1. Diseñar dos rutas turísticas, resaltando el turismo místico y el turismo vivencial de la Isla de la Luna.	Un producto turístico que contempla el diseño de una ruta.	<ul style="list-style-type: none">● Mapa turístico● Fotos – Videos● Rutas diseñadas impresos● Hojas de registro● Evaluaciones	Atractivos Turísticos Culturales que muestren las costumbres y tradiciones del Municipio
	2. Desarrollar herramientas de gestión turística sostenible para la operación del producto turístico y su puesta en marcha.	Se tiene diseñado un plan de Gestión adecuada al respeto al Turismo Místico Vivencial.	<ul style="list-style-type: none">● Documento impreso del Plan Estratégico de las rutas● Flujo gramas de trabajo● Planillas de Capacitaciones● Manual de Funciones	Todos los Macro distritos involucrados están capacitados



	3. Proponer herramientas de promoción y comercialización para dar a conocer el producto turístico de la Isla de la Luna.	Un plan de comercialización y promoción exclusivamente para ofertar las rutas turísticas	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales y sus estadísticas • Plataformas de promociones turísticas y ofertas 	Las páginas de redes sociales cumplen la función de llegar de forma directa al cliente.
ACTIVIDADES PRINCIPALES (ACCIONES)	OBJETIVO 1		<ul style="list-style-type: none"> • Atractivos • Mapas • Cuadros • Fotos 	Rutas Turísticas que captan demanda
	OBJETIVO 2		<ul style="list-style-type: none"> • Material de promoción • Plataformas de venta definida 	
	OBJETIVO 3		<ul style="list-style-type: none"> • Realizar plan operativo • Capacitaciones • Estructura de costos 	Recurso Turísticos Culturales que muestren el Misticismo del Municipio



CAPÍTULO VI:

DESARROLLO DE LA

PROPUESTA



6 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.1 ESQUEMA GENERAL DE LA PROPUESTA DEL PROYECTO

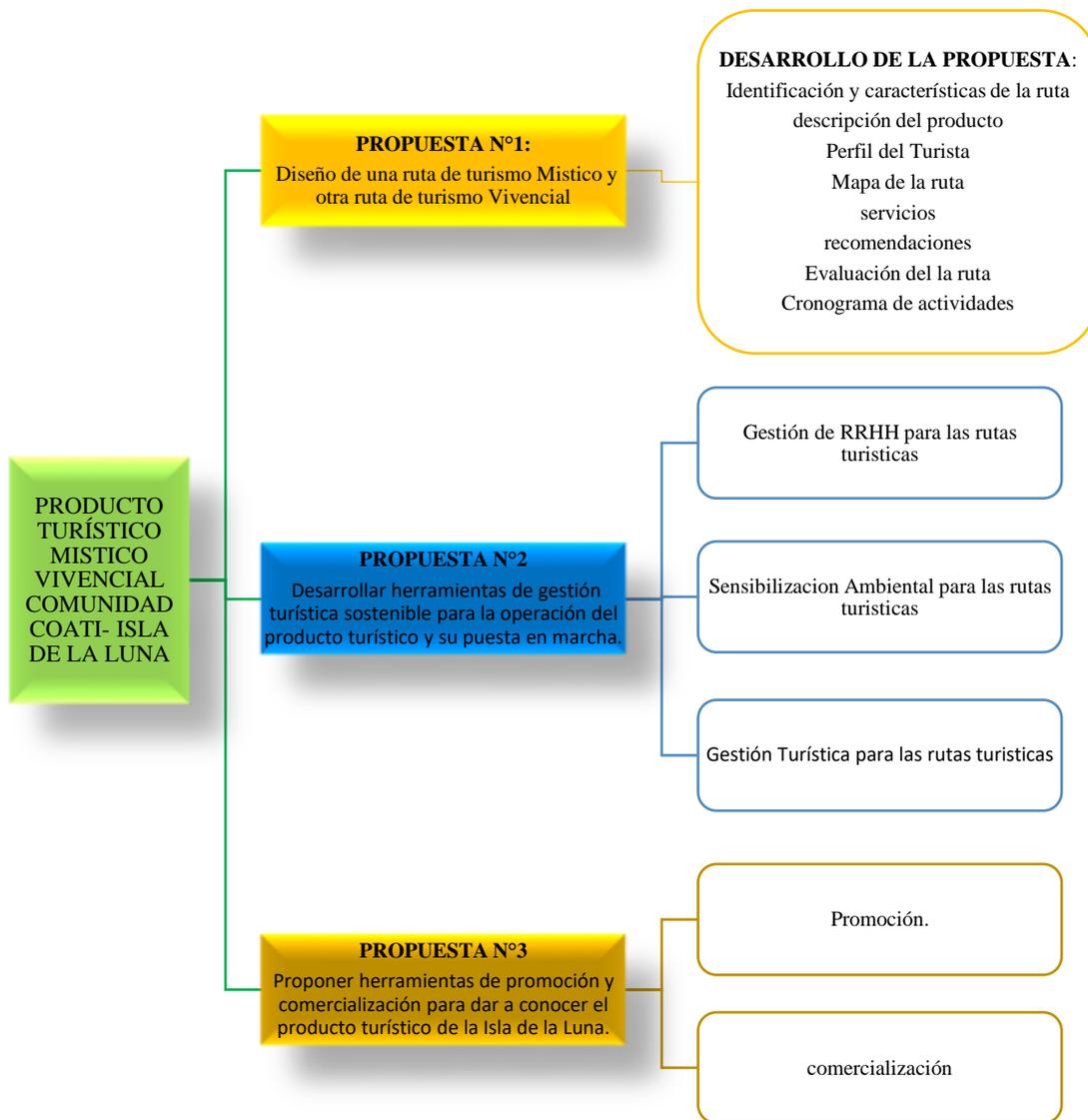
El turismo es considerado como una actividad económica estratégica, por tanto, el Estado y los gobiernos autónomos departamentales y municipales apoyan el desarrollo de proyectos turísticos sustentables ya que el turismo contribuye al desarrollo del país.

La comunidad Coati de la Isla de la Luna pretende desarrollar la actividad turística implementando proyectos turísticos sustentables que muestran su diversidad cultural y natural potenciando así sus atractivos turísticos que pueden ser aprovechados y logren generar ingresos económicos en beneficio de la comunidad.

Las propuestas del presente proyecto tienen como finalidad estructurar un producto turístico místico y vivencial que logre difundir su patrimonio cultural y natural a través de las Rutas Turísticas, la gestión y la promoción de la Comunidad Coati de la Isla de la Luna como destino turístico potencial y apto para un mercado tanto nacional e internacional mejorando su oferta y demanda.



Figura 5: Esquema General de la Propuesta del Proyecto



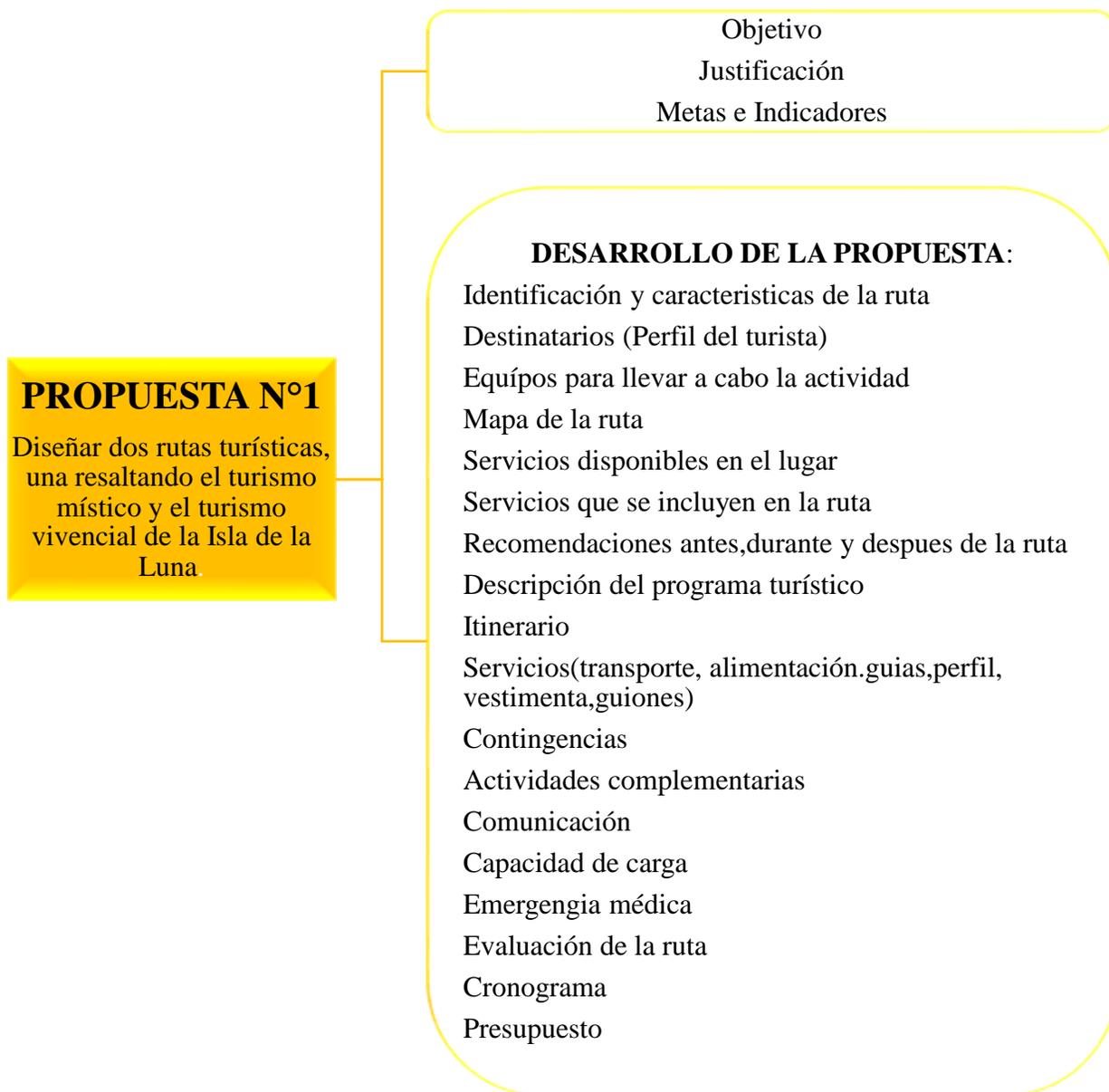
Fuente: Elaboración Propia

6.2 PROPUESTA 1: DISEÑO DE DOS RUTAS TURÍSTICAS UNA DE VIVENCIAL Y OTRA MÍSTICA

6.2.1 DESARROLLO DE LA PROPUESTA 1



Figura 6: Esquema de la propuesta 1



Fuente: Elaboración Propia



6.2.1.1 OBJETIVO

- Diseñar dos rutas turísticas, una resaltando el turismo místico y la otra resaltando el turismo vivencial de la Isla de la Luna.

6.2.1.2 JUSTIFICACIÓN

La comunidad de Coati ofrece experiencias turísticas auténticas que resaltan la cultura viva y los restos arqueológicos de las civilizaciones pasadas. A través de una cosmovisión andina, los visitantes pueden explorar la historia y el cambio a lo largo del tiempo, mientras disfrutan de los beneficios para la salud física y mental que brinda esta conexión con la cultura y el entorno natural.

Los atractivos con los que cuenta están plasmados en la historia, lo cual tiene un valor excepcional para los estudiosos de la materia, también para la gente interesada en el conocimiento de las culturas antiguas, se dice “lo antiguo es mejor”, se ofrecen métodos de medicina tradicional, una alternativa a los fármacos y drogas; se ofrece un pueblo lleno de magia y leyendas las cuales tienen sustento científico en libros de investigación arqueológica e historia de las culturas antiguas, las cuales vienen en servicios de calidad por la capacitación previa que tienen los comunarios. Para diseñar una ruta de turismo místico y vivencial en la comunidad Coati, Isla de la Luna, se basa en el amplio potencial turístico, cultural y natural a continuación se considera las siguientes características:

Potencial turístico y cultural: La comunidad de Coati ofrece una cultura viva y rica en tradiciones ancestrales. Los restos arqueológicos de las antiguas culturas presentes en la Isla brindan una oportunidad única para los estudiosos y amantes de la historia. Al desarrollar una ruta turística mística y la otra ruta vivencial, podrías destacar estos atractivos culturales y



proporcionar una experiencia auténtica y enriquecedora para los visitantes interesados en el conocimiento de las culturas antiguas.

Medicina tradicional: La oferta de métodos de medicina tradicional en la comunidad de Coati puede ser un elemento distintivo de la ruta. Esto puede atraer a aquellos interesados en enfoques alternativos de salud y bienestar, ofreciendo una opción natural y culturalmente arraigada para el cuidado físico y mental de los visitantes.

- **Magia y leyendas:** Coati es un lugar lleno de magia y leyendas que tienen sustento científico respaldado por investigaciones arqueológicas e históricas. Al integrar estas historias en la ruta turística, el turista tendrá una experiencia única, permitiéndoles explorar la conexión entre las leyendas y la cultura ancestral de la comunidad.
- **Desarrollo económico y social:** La implementación de dos rutas turísticas una mística y la otra vivencial en Coati puede generar desarrollo económico y social para los amautas y la población en general. Al atraer visitantes interesados en estas experiencias únicas, se pueden generar ingresos adicionales para la comunidad, fomentar el emprendimiento local y crear oportunidades de empleo. Esto a su vez contribuirá al desarrollo económico y social de la comunidad.
- **Revalorización de tradiciones y costumbres:** Las dos rutas turísticas una mística y la otra vivencial brindarían una plataforma para revalorizar las tradiciones y costumbres arraigadas en Coati. Al destacar la cosmovisión andina, los métodos de medicina tradicional y las leyendas locales, se fortalecerá el sentido de identidad y orgullo de la comunidad, preservando y promoviendo sus patrimonios culturales.



Para el diseño de las rutas una de turismo místico y la otra de turismo vivencial en la comunidad de Coati- Isla de la Luna, se justifica en base al potencial turístico, cultural y natural que posee la comunidad. Además, la ruta puede generar desarrollo económico, social, y contribuir a la revalorización de las tradiciones y costumbres.

6.2.1.3 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LAS RUTAS

Tabla 18 Identificación y caracterización de la ruta mística

Lugar de operación	Municipio de Copacabana-Isla de la Luna
Tipo de turismo:	Turismo místico
Duración:	Tres días y dos noches
Atractivos de la ruta:	<ul style="list-style-type: none">• Ruina de Ñak Uyu• Ex centro penitenciario de la Isla de la Luna (Cementerio)• Capilla• Sitio Sagrado del Calvario• Playa de la Sanación• Camino de la serpiente• Sendero del Warmi Thakhi
Recorrido:	El punto de partida será en la capilla y finalizará en las ruinas del Ñak Uyu
Temporada de visita:	Fines de semana , días festivos, vacaciones
Tamaño del grupo:	12 pax por recorrido
Aspectos Incluidos:	<ul style="list-style-type: none">• Transporte• Alimentación• Souvernirs• Guías• Preparación de ritual andino• Entrada a atractivos• Hospedaje
Aspectos no Incluidos	Artesanía



Fuente: Elaboración Propia

Identificación y caracterización de la ruta vivencial

Lugar de operación		Municipio de Copacabana-Isla de la Luna
Tipo de turismo:	Turismo vivencial	
Duración:	Tres días y dos noches	
Atractivos de la ruta:	• Criadero de peces	
	• Sembradíos de la comunidad	
	• Sendero de Warmi Thakhi	
	• Plantas medicinales-medicina tradicional	
	• Artesanía	
Recorrido:	Comenzará desde la llegada a Coati y finalizara con la visita a los criaderos de peces	
Temporada de visita:	Fines de semana , días festivos, vacaciones	
Tamaño del grupo:	12 pax por recorrido	
Aspectos Incluidos:	• Transporte	
	• Alimentación	
	• Souvernirs	
	• Guías	
	• Preparación de ritual andino	
	• Hospedaje	
Aspectos no Incluidos	Artesanía	

Fuente: Elaboración Propia



A. DESTINATARIOS (PERFIL DEL TURISTA PARA LAS RUTAS TURISTICAS)

El siguiente gráfico se realizó considerando la respuesta de los encuestados el interés de los turistas para realizar un turismo místico y vivencial en la comunidad Coati-Isla de la Luna, el total de los encuestados representan 81% de 90 encuestados, a continuación, se tiene los siguientes resultados:

Tabla 19: Perfil del turista para las rutas

ASPECTOS SOCIODEMOGRAFICOS	
EDAD	Entre 20 a 40
NACIONALIDAD	Turistas Internacionales y de nacionalidad Boliviana
SEXO	hombres y mujeres
OCUPACIÓN	Profesionales, Estudiantes
ESTADO CIVIL	Solteros, Casados
INGRESO MENSUAL	Solventes
ASPECTOS TURÍSTICOS	
MOTIVACIÓN PARA VIAJAR	Les interesa realizar actividades culturales (conocer la cultura del lugar y participar de actividades con comunidades) El resto está entre realizar actividades de naturales y aventura
COMO REALIZA SUS VIAJES	Realizan sus viajes con amigos y algunos realizan sus viajes en familia, entre otros.



FECHAS EN QUE VIAJA MÁS	El 40% viaja en vacaciones El 25% viaja fines de semana El 30% viaja por Días Festivos El 5% del resto viaja cuando tiene tiempo libre
ORGANIZACIÓN DE VIAJE	De manera de independiente Agencias de Viaje
DÍAS DE PERNOCTACIÓN EN UN DESTINO	Tres días y dos noches
PROMEDIO DE GASTO	El promedio Gasto del Turista es entre 500 a 700 Bs o menos

Fuente: Elaboración Propia

Los destinatarios son profesionales, estudiantes y jóvenes de 20 y 40 años de edad, los cuales se sienten atraídos por realizar actividades enfocadas en el Turismo Místicos y Vivencial, gastarían aproximadamente 500 a 700 Bs como máximo en un paquete de hasta 3D/ 2N días que incluya alimentación, hospedaje y transporte, por otro lado, ellos se enteran de ofertas de viaje a través de redes sociales.



6.2.1.4 DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA TURÍSTICO DE LA RUTA (A) TURISMO VIVENCIAL Y DE LA RUTA (B) TURISMO MÍSTICO



Iniciamos con el punto de encuentro y concentración en el cementerio general para dar inicio a la ruta posteriormente nos dirigimos realizamos nuestro viaje a Copacabana con un tiempo de 3 a 4 horas de viaje, antes de llegar a Copacabana tendremos una parada para cruzar el estrecho de Tiquina en lanchas y prosigue el viaje hacia Copacabana, llegada a Copacabana y tiempo libre para descansar y comprarse algunas cosas luego nos dirigimos hacia la Isla de la Luna en lanchas.

RUTA (A): TURISMO VIVENCIAL

La ruta (A) de turismo vivencial comienza con una bienvenida por parte de los anfitriones a los turistas que arriben al destino, la comunidad realiza un acto de recibimiento con flores, música autóctona y baile.

DIA 1

Posteriormente los turistas son invitados a degustar del almuerzo que es aphaipi comida tradicional del lugar, preparada por los mismos comunarios y con ingredientes nativos.

Iniciamos con la caminata para visitar los cultivos de la comunidad, donde se siembra la papa, haba, cebada, oca entre otros productos. Posteriormente se les invitara a participar al turista en la recolección de estos productos.

seguido del regreso a la comunidad, los guías designaran grupos para visitar y compartir experiencias con distintas familias, cada familia seguirá una lista de actividades, pero ellos ya verán la forma de cómo se desarrollará, ejemplo: artesanía, criado de ganados y otras actividades, una vez culminada la primera actividad todos los grupos deben estar en la cancha donde cada grupo compartirá sus experiencias vividas con cada familia,

posteriormente se dará un break para degustar de un refrigerio con plantas medicinales locales en forma de mates e infusiones,



para continuar con la ruta tanto mujeres como hombres tendrán que separarse y hacer una actividad diferente los varones se dirigirán los criaderos de peces (truchas) para ir a dejar las redes por otro lado las mujeres participaran en la preparación de la cena en el fogón,

En la noche cenaran con los alimentos que recogieron y con los peces que pescaron, cenaran alrededor de una fogata preparado por parte de la comunidad anfitriona, también se realizara actividades de entretenimiento como ser: cuentacuentos y representación de una obra de teatro.

Con eso se concluirá el día donde los turistas se dirigirán al hospedaje.

DIA 2: RUTA (B) TURISMO MÍSTICO

Inicia el día con un desayuno nutritivo y reconfortante para prepararse para la jornada. La ruta de turismo místico comienza con la visita a la capilla comunal, la capilla contará con velas encendidas acompañada de música relajante, aquí se realizará una actividad que consiste en:

“El llenado de una hoja de papel donde los turistas escribirán todo lo negativo y malo que deseen liberar luego serán guardados en una caja para la actividad de la noche”.

El siguiente atractivo que se visitara es el cementerio de la comunidad ahí el guía les dará una breve explicación sobre la historia de la Ex fosa común,

Posteriormente se emprenderá una caminata a la Playa de la Sanación, el cual se encuentra en la cola de la isla, se les dará una breve explicación del lugar, posteriormente se le invitara al turista a la participación de un baño con plantas medicinales para purificar el cuerpo y el espíritu, podrán también ingresar al sauna. la actividad durara como 2 horas en breve descanso para disfrutar de un refrigerio y recargar energías.

**DIA
2**

Se continuará la ruta con la caminata del Camino a la Serpiente después la visita al Calvario: Los participantes realizan una caminata significativa, llevando consigo pequeñas piedras al iniciar la Playa de la Sanación para llegar al Calvario. Esta travesía simboliza dejar atrás las cargas y alcanzar la superación personal, una vez llegando al calvario se podrá bendecir con alcohol y poner velas al calvario.

Se retornará a la Comunidad por el Camino del Warmi Thakhi, donde el guía explicara sobre las plantas medicinales locales y sus propiedades, al llegar a la comunidad se les esperaran con un almuerzo comunitario preparados con ingredientes nativos. Esta actividad fortalecerá los lazos y brindará la oportunidad de compartir una bonita experiencia, los turistas podrán ir a descansar un poco.

Más tarde continuando con la ruta se visitará al atractivo potencial del lugar las ruinas del Ñak Uyu, donde los guías darán información sobre la historia y significado del templo, se podrán sacar fotografías en lugar como también en sus alrededores.



	<p>Para finalizar con broche de oro se realizarán las siguientes actividades en las ruinas del Ñak Uyu:</p> <ul style="list-style-type: none">-Mesa para la Pachamama-Fogata-Música <p>Se realizará el ritual andino por parte del chaman, para culminar con la destrucción de las hojas realizadas en la capilla, que serán quemados como un acto simbólico de liberación y purificación, re realizará una mesita con los buenos deseos para los turistas, se podrá disfrutar de música autóctona.</p> <p>Por último los participantes regresaran a la comunidad para disfrutar de una cena de despedida tiempo libre y descanso.</p>
DIA 3	<p>Por la mañana, se inicia con un momento para disfrutar de un refrigerio, para luego emprender el viaje a Copacabana, en las lanchas, al llegar a Copacabana, se otorga a los turistas dos horas de tiempo libre para que exploren y compren recuerdos o simplemente disfruten de la belleza del lugar. Después de su tiempo libre en Copacabana, se inicia el retorno a La Paz, marcando el tramo final de esta experiencia única, con el regreso a La Paz, se concluye esta enriquecedora ruta, llena de memorables experiencias y momentos que perdurarán en la memoria de los participantes.</p>



Fuente: Elaboración Propia



6.2.1.5 ITINERARIO

Tabla 20 Itinerario

PAQUETE: ISLA DE LA LUNA" SIENTE LA ENERGÍA ESPIRITUAL" TURISMO MÍSTICO Y VIVENCIAL			
DURACIÓN : 3 DÍAS -2 NOCHE			
ITINERARIO			
DIA 1 RUTA DE TURISMO VIVENCIAL			
Día 1 Hora	Descripción de la Actividad	Duración	Responsable
06:00 a.m.	Concentración en el Cementerio General	30 minutos	Guía designado desde La Paz amable y puntual
06:30 a.m.	Traslado de La Paz a Copacabana	3 a 4 horas	Guía responsable del grupo
09:00am	Parada traslado en lanchas por el estrecho de Tiquina	15 minutos	Guía responsable controlar el tiempo
09:15 am	Continuación con el viaje a Copacabana	1 hora con 30 minutos	Guía responsable del grupo
10:45 a.m.	Llegada a Copacabana y break	15 minutos	Guía responsable del grupo
11:00 am	Traslado a la Isla de la Luna	1 hora con 30 min	Guía local- Lanchero
12:30 p.m.	Llegada a la comunidad Coati y bienvenida con música autóctona por parte de los anfitriones	30 minutos	Asociación de turismo comunitario Warmi Thakhi
13:00 pm	Almuerzo Apthapi	45 minutos	Warmi Thakhi
13:45 pm	Traslado al Hospedaje	15 minutos	Warmi Thakhi
14:00 pm	Caminata a los cultivos de la comunidad	30 minutos	Guía Local
14:30 pm	Recojo de productos y regreso a la comunidad	30 minutos	Guía Local
15:00 pm	Designación por grupos para ir a visitar a diferentes familias y compartir su forma de vivir	1 hora	Warmi Thakhi
16:00 pm	Reunión en la cancha y compartir sus experiencias vividas con las familias	20 minutos	Warmi Thakhi
16:20 pm	Refrigerio	15 min	Warmi Thakhi



16:40 pm	Visita a los criaderos de peces, preparación de cena	2 horas	Guía local
18:10 pm	Cena y fogata	2 horas	Warmi Thakhi
20:00 pm	Descanso		

Día 2 Hora	Descripción de la Actividad	Duración	Responsable
DIA 2 RUTA DE TURISMO MISTICO			
07:00 a.m.	Desayuno	30 minutos	Mujeres encargadas Guía Local
07:30 am	Visita a la Capilla	30 minutos	Guía local
08:00 am	Caminata al Cementerio General	30 minutos	Guía Local
08:30 a.m.	Caminata a la playa de la Sanación, baño de planta medicinal	3 horas	Guía local Emprendimiento Warmi Thakhi
11:50 am	Refrigerio	10 min	Warmi Thakhi
11:30 a.m.	Caminata del camino a la serpiente visita al calvario	1 hora	Guía Local
12:30 pm	Retorno a la comunidad por el camino del Warmi Thakhi	1 hora	Guía Local
13:30 pm	Almuerzo comunitario	1 hora	Warmi Thakhi
14:30 pm	Break	30 min	Guía responsable
15:45 pm	Refrigerio	15 min	Warmi Thakhi
16:00 pm	Visita a las ruinas del Ñiak Uyu	1 hora	Guía Local
18:00 pm	Break / Tomarse fotografías del atardecer	30 minutos	Guía Local
18:30 pm	Ceremonia de ritual andino en el Ñiak Uyu	1:30 horas	Guía Local Chamán Músicos
20:00 pm	Retorno a la comunidad y cena de despedida	1:30 horas	Warmi Thakhi
22:30	Descanso		



Día 3 Hora	Descripción de la Actividad	Duración	Responsable
RETORNO A LA PAZ Y FIN DE LA RUTA			
07:00 a.m.	Refrigerio	30 minutos	Mujeres encargadas Guía Local
07:30 am	Traslado a Copacabana	2 horas	Guía responsable lanchero
09:30 am	Llegada a Copacabana, break	2 horas	Guía responsable
11:30 am	Retorno a La Paz	3 a 4 horas	Guía responsable
03:30 pm	Fin de la ruta		

Fuente: Elaboración Propia

6.2.1.6 MATERIALES

Se necesitará los siguientes materiales para los recorridos turísticos:

- Facturas
- Hojas Bond
- Lapiceros
- Distintivos de los guías

6.2.1.7 EQUIPOS

Los equipos necesarios para el desarrollo de las rutas son:

- Botiquín de primeros auxilios
- Cámaras fotográficas
- Elementos ceremoniales

Accesorios de vestimenta, como manta

6.2.1.8 GUÍAS

GUÍA PRINCIPAL

Perfil requerido



- Excelentes habilidades interpersonales.
- Una buena presentación y habilidades de comunicación.
- Buenas habilidades descriptivas.
- Una buena capacidad de planificación y organización.

Vestimenta

Debe vestir con el uniforme, de manera prolija y presentable, además de portar con la credencial de guía local y acompañante.

Conocimientos

- Experiencia en guiaje y manejos de grupo
- Conocimiento en fotografía
- Conocimiento de atractivos turísticos, temas culturales y místico

Actitud

- Automotivación y entusiasmo
- Interés por la historia, la cultura y la cosmovisión andina.
- Voluntad de aprender.
- necesitan capacidad de:
- Comprometerse con la gente.

Formación

- Egresado o profesional en turismo
- Certificación como guía

Principales funciones

- Acompañar a los turistas durante todo su itinerario previsto.
- Comprobar que el transporte utilizado es el adecuado.
- Proporcionar información correcta al grupo.



- Asistir a los visitantes cuando sea necesario (primeros auxilios, coordinación de servicios de admisión).
- Asegurar que se cumplan los planes establecidos en términos de tiempo, formato y logística.
- Hacer que las explicaciones de cada área sean interesantes.

6.2.1.9 RECOMENDACIONES

➤ ANTES DE LAS RUTAS

Es necesario tomar precauciones para un correcto funcionamiento de la ruta, por lo cual se recomienda:

Desarrollar una lista de los turistas

Alistar equipo necesario y verificar su funcionamiento para los turistas se recomienda lo siguiente: ´

- Llevar ropa abrigada
- Llevar protector solar
- Llevar gorra para el sol
- Paraguas
- Zapatos cómodos

➤ EN LAS RUTAS

Que llevar:

- El visitante debe llevar lo mencionado anteriormente, además de muchas motivación y ganas de aprender

Que no llevar:

- Maletas o mochilas grandes
- Accesorios innecesarios

Que hacer:



- Consulta al guía turístico cualquier duda o curiosidad que tengas
- Ten paciencia al tomar fotografías
- Presta atención a todas las instrucciones que te dé el guía turístico
- Si son residuos sólidos, guárdalos
- Respetar las creencias del pueblo Amauta
- Si Se siente alguna molestia durante la caminata, por favor informe al guía turístico.

Que no hacer

- No separarse del grupo

6.2.1.10 DESPUÉS DE LAS RUTAS

Al retornar se recomienda a los turistas cuidar sus pertenencias, realizar las preguntas necesarias a los guías y equipo encargado, al finalizar se deberá llenar una hoja de satisfacción del producto.

6.2.1.11 CONTINGENCIAS

¿Cómo se atenderán Contingencias?

El procedimiento para atender emergencias se realizará de la siguiente manera:

- Se evaluará el tipo de contingencia es, dividiéndola en 3 niveles: leve, grave, muy grave, considerándose en la siguiente lista los niveles de contingencias.
- Se procederá a actuar dependiendo el manual de operaciones una vez identificada la contingencia.

Condición De La Carretera

En caso de existir algún inconveniente con la carretera, como ser:

- BLOQUEOS: se optará por realizar el recorrido por rutas alternas para llegar al destino.
- En caso de existir algún inconveniente mayor se optará por suspender la ruta

6.2.1.12 CLIMA

En caso del clima, se recomienda anteriormente a los turistas que traigan elementos para evitar percances.



6.2.1.13 ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS PARA REALIZAR

- Tour Fotográfico

6.2.1.14 GUIONES

Los guiones se desarrollan de acuerdo a lo programado en cada parada de acuerdo a la siguiente orden:

6.2.1.15 MAPA DEL RECORRIDO

Figura 7: Mapa de recorrido



Figura 8: Mapas de los Recorridos en la Isla

Mapa del recorrido de la Ruta Vivencial



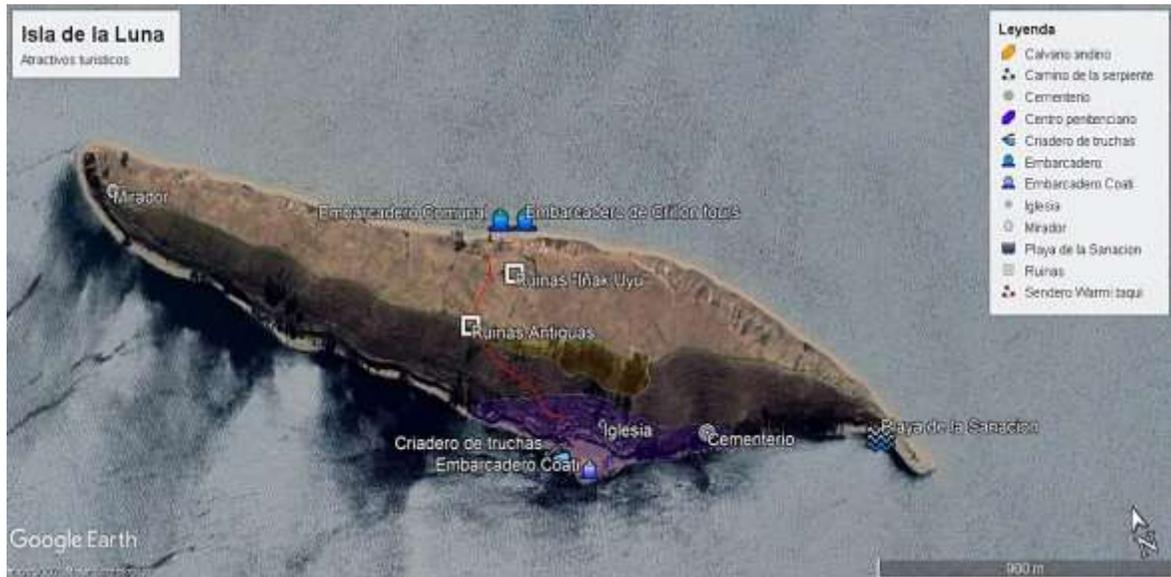
Fuente: Google Earth

Mapa del recorrido de la Ruta de Turismo Místico



Fuente: Google Earth

Mapa de Atractivos Turísticos



Fuente: Google Earth

6.2.1.16 MAPA DE PLANTA TURÍSTICA

Figura 9: Mapa de Planta Turística



Fuente: Google Earth

6.2.1.17 GUÍAS

GUÍA PRINCIPAL

Perfil requerido



- Excelentes habilidades interpersonales.
- Una buena presentación y habilidades de comunicación.
- Una dicción clara.
- Buenas habilidades descriptivas.
- Una buena capacidad de planificación y organización.

Vestimenta

Debe vestir con el uniforme, de manera prolija y presentable, además de portar con la credencial de guía local y acompañante.

Conocimientos

- Experiencia en guiaje y manejos de grupo
- Conocimiento es fotografía
- Conocimiento de atractivos, temas culturales Místico

Actitud

- Automotivación y entusiasmo
- Interesado en la historia, cultura y cosmovisión de los Andes.
- Voluntad de aprender.
- Se requieren las siguientes habilidades:
- orientado a las personas.
- Adaptar el contenido de la información de viajes a cada grupo.
- Mostrar iniciativa.
- Capacidad para resolver problemas.
- Promocionar una buena imagen de la empresa para la que trabajan.

Formación

- Egresado o profesional en turismo



- Certificación como guía

Principales funciones

- * Acompañar a los visitantes a lo largo de todo el recorrido previsto.
- Comprobar que los medios de transporte utilizados son los adecuados.
- Dar información correcta al grupo.
- Asistir a los visitantes según sea necesario (primeros auxilios, coordinar servicios de accesibilidad).
- Garantizar que se sigan los planes
- Estructura por tiempo, formato y logística.



RECOMENDACIONES

➤ ANTES DE LAS RUTAS

Es necesario tomar precauciones para un correcto funcionamiento de la ruta, por lo cual se recomienda:

Desarrollar una lista de los turistas

Alistar equipo necesario y verificar su funcionamiento para los turistas se recomienda lo siguiente: ´

- Llevar ropa abrigada
- Llevar protector solar
- Llevar gorra para el sol
- Paraguas
- Zapatos cómodos

➤ EN LAS RUTAS

Que llevar:

- El Además de una fuerte motivación y deseo de aprender, los visitantes deben traer lo anterior: Qué no traer:
- Una maleta o mochila grande
- Accesorios innecesarios Cómo proceder:
- Si tienes alguna duda o curiosidad, pregunta al guía.
- Toma fotografías con paciencia.
- Preste atención a todas las instrucciones de la guía.
- Conservar el contenedor si se trata de residuos sólidos.
- Respetar las creencias del pueblo amautas.
- Si siente molestias durante la caminata, dígame a su guía qué no hacer.
- No separarse del grupo



➤ **DESPUÉS DE LAS RUTAS**

Al retornar se recomienda a los turistas cuidar sus pertenencias, realizar las preguntas necesarias a los guías y equipo encargado, al finalizar se deberá llenar una hoja de satisfacción del producto.

6.2.1.18 CONTINGENCIAS

¿Cómo se atenderán Contingencias?

El procedimiento para atender emergencias se realizará de la siguiente manera:

- Se evaluará el tipo de contingencia es, dividiéndola en 3 niveles: Leve, grave, muy grave, considerándose en la siguiente lista los niveles de contingencias
- Se procederá a actuar dependiendo el manual de operaciones una vez identificada la contingencia.

Condición De La Carretera

En caso de existir algún inconveniente con la carretera, como ser:

- **BLOQUEOS:** se optará por realizar el recorrido por rutas alternas para llegar al destino.
- En caso de existir algún inconveniente mayor se optará por suspender la ruta

6.2.1.19 CLIMA

En caso del clima, se recomienda anteriormente a los turistas que traigan elementos para evitar percances.

6.2.1.20 ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS PARA REALIZAR

- Tour Fotográfico
- Visita A La Islas Flotantes

6.2.1.21 GUIONES

Los guiones se desarrollan de acuerdo a lo programado en cada parada de acuerdo a la siguiente orden:



RUTA VINVENCIAL (A)

Nombre de la actividad: EMBARCADERO DE LA COMUNIDAD	N°1
Imagen de la actividad	Mapa de ubicación
	
Descripción de la actividad	
<p>Es un lugar ubicado a la orilla la comunidad de la Isla de la Luna, que es para el embarque y desembarque de los turistas y los comunarios.</p> <p>Actividades a realizar</p> <p>Bienvenida por parte de los anfitriones a los turistas esto implica que será un recibimiento amigable para crear una experiencia memorable, con música y baile autóctona fomentando la interacción cultural entre turistas y la comunidad local, el objetivo es promover la comprensión y aprecio mutuo, dejando una impresión positiva en los turistas.</p>	
Informante Local	Porfirio Mamani



Nombre de la actividad: APTHAPI COMUNITARIO	Nº2
Imagen de la actividad	Mapa de ubicación
	
Descripción de la actividad	
<p>El Apthapi comunitario es una comida preparada por la comunidad con productos derivados del lugar, para compartir experiencias y celebrar la cultura local en un espíritu de unidad y reciprocidad también es una práctica que refleja la rica tradición andina.</p> <p>Actividades a realizar</p> <p>El emprendimiento Warmi Thakhi prepara el Apthapi acto que se llevara a cabo en la cancha que se encuentra en la comunidad, los turistas apreciaran la forma de consumir productos en la comunidad.</p>	
Informante Local	Porfirio Mamani



Nombre de la actividad: CULTIVOS	N°3
Imagen de la actividad	Mapa de ubicación
	
Descripción de la actividad	
Los cultivos tienen una etapa en este caso nos vamos a la etapa de la cosecha que es el proceso de recolección de cultivos agrícolas maduros y listos para ser utilizados como alimentos.	
Actividades a realizar	
Los turistas irán a los cultivos para recolectar productos dependiendo a su temporada.	
Informante Local	Porfirio Mamani

Nombre de la actividad: CRIADERO DE TRUCHAS	N°4
Imagen de la actividad	Mapa de ubicación
	
Descripción de la actividad	
El criadero de truchas es una instalación diseñada para la reproducción, cría y cultivo de truchas, estos criaderos están diseñados para garantizar un entorno óptimo para el desarrollo	



de las truchas en sus diferentes etapas de vida, desde huevos hasta alevines y adultos listos para la comercialización o repoblación en cuerpos de agua.

Los comunarios de la Isla en especial los varones se encargan de la pesca, ya que para poner la redes y sacarlos hay que tener mucha fuerza, la pesca es la actividad principal que desarrollan los comunarios en la actualidad, ya que estos productos pueden venderlos frescos o también realizar diferentes platillos y también venderlos.

Actividades a realizar

El guía les llevara a los visitantes y les ofrecerá un recorrido guiado por el criadero les enseñara a los visitantes sobre el ciclo de vida de las truchas, los procesos de crianza y los aspectos relacionados con el cuidado de los peces.

Así mismo les permitir a los visitantes participar en la pesca recreativa, proporcionando equipos y áreas adecuadas para pescar truchas en estanques o cuerpos de agua designados. Y les ofrecerá lecciones y asesoramiento sobre técnicas de pesca, cebado de anzuelos, lanzamiento y manejo de peces, proporcionando una experiencia instructiva para los visitantes interesados en la pesca.

Informante Local	Porfirio Mamani
------------------	-----------------

Lugar de la actividad: VISITA A FAMILIAS (Artesanía y ganadería)	Nº5
Imagen de la actividad	Mapa de ubicación
	
Descripción de la actividad	



Los comunarios de la Isla en especial las mujeres realizan diferentes tipos de artesanías como ser: manillas, collares, moños, cinturones, recuerdos, llaveros, entre otros.

Todo esto está realizado con materiales del lugar como ser lanas de llamas, colorantes caseros, maderas, etc.

Actividades a realizar

A la artesanía local se le tomo en cuenta para la ruta de turismo vivencial, esta actividad se realizara en las casas de los comunarios con cada familia donde los turistas podrán aprender a realizar artesanías, lo más fácil, será algo dinámico y divertido, ya que también podrán saber de qué materiales se realizan y que plantas utilizan los comunarios para sacar los colores.

INFORMANTE LOCAL:	PORFIRIO MAMANI
-------------------	-----------------

Lugar de la actividad: VISITA A FAMILIAS (PREPARACION DE COMIDA-GASTRONOMIA)	N°6
Imagen de la actividad	Mapa de ubicación
	
Descripción de la actividad	
Consiste en poner en valor la experiencia que va a vivir el turista en un proceso de encuentro y diálogo entre personas.	
Actividades a realizar	



Las mujeres se irán con las familias a sus casas, las familias anfitrionas les compartirán su forma de vivir y la forma en la que se desarrollan en diferentes actividades cotidianas la preparación de comida y conocer más de su gastronomía es fundamental, su forma de vestir entre otras actividades.

INFORMANTE LOCAL:

PORFIRIO MAMANI

Lugar de la actividad: ENTRETENIMIENTO (FOGATA, CUENTACUENTOS, OBRA DE TEATRO)	N°7
Imagen de la actividad	Mapa de ubicación
	
Descripción de la actividad	
<p>Una noche de entretenimiento con fogata es para calentarse, es una actividad que viene acompañado con una cena o refrigerio, en esta noche puede ir acompañada de algún misterio o cuentos de terror para que se vea más llamativo la noche.</p> <p>Actividades a realizar</p> <p>La comunidad anfitriona preparará una fogata para pasar la noche en la comunidad compartiendo así una deliciosa cena, mientras están cenando para animar la noche habrá una persona invitada (cuentacuento) para que la noche sea más divertida habrá un poco de obra teatral resaltando el turismo vivencial de los antepasados.</p>	
INFORMANTE LOCAL:	PORFIRIO MAMANI



RUTA MÍSTICA (B)

Nombre del atractivo: CAPILLA DE LA COMUNIDAD	N°1
Imagen del atractivo	Mapa de ubicación
	
Descripción del atractivo	
<p>“Es un lugar de culto religioso que se encuentra en la comunidad de la Isla de la Luna y es un lugar utilizado para la oración, la celebración de misas u otros rituales religiosos más pequeños, se celebra 2 veces al año en honor a la anunciación de la Virgen María en la fiesta del 25 de marzo” (Entrevista a Porfirio Mamani,2023)</p>	
Actividades a realizar	
<p>En la Capilla de la comunidad que es un sitio sagrado se realizara los siguiente:</p> <p>La capilla estará ambientada con velas en las 4 esquinas, música de fondo acorde a la situación, será un momento de reflexionar y anotar en un papel sobre las cosas malas que uno desea salir.</p>	
Informante Local	Porfirio Mamani



Nombre del atractivo: CEMENTERIO (EX FOSA COMÚN)	N°2
Imagen del atractivo	Mapa de ubicación
	
Descripción del atractivo	
<p>El cementerio, Antiguamente fue una fosa común., la Isla de la Luna era propiedad de un latifundista español llamado "Costas", quien obligaba a los habitantes de la comunidad a trabajar la tierra para el gobierno del General Banzer estableció en la isla un centro penitenciario para alojar a prisioneros paraguayos y otros prisioneros de diferentes cárceles de Bolivia, en aquel momento por la sobrepoblación los encargados de dicha cárcel aplicaron la pena de muerte, y por consiguiente los restos de aquellos prisioneros fueron enterrados al sur oeste de la isla.</p>	
Actividades a realizar	
<p>En este atractivo, el guía turístico dará una breve explicación sobre la historia, infraestructura del lugar</p>	



Nombre del atractivo: PLAYA DE LA SANACIÓN	N°3
Imagen del atractivo	Mapa de ubicación
	
Descripción del atractivo	
<p>La playa de la Sanación está ubicada en la “cola” de la Isla, cuenta la historia de los poderes medicinales que tiene el bañarse en esta parte de la playa, los prisioneros que tenían enfermedades solían bañarse en esta playa, obteniendo su recuperación médica sin ninguna explicación aparente.</p> <p>Actualmente llegan grupos de visitantes a este lugar para realizar turismo de salud, vienen acompañados de un chamán para hacer su ceremonia empezando con actividades de meditación y yoga para proceder con fe a bañarse en la playa, muchos aseguran curarse de las enfermedades previas a la visita de este misterioso lugar.</p> <p>Actividades a realizar</p> <p>En este atractivo, se dará una breve explicación, contar su historia, y se procederán a sumergirse bajo las aguas de la playa, como también podrán hacer uso de la sauna que serán instaladas en este sector.</p>	
INFORMANTE LOCAL:	PORFIRIO MAMANI



Nombre del atractivo: CAMINO DE LA SERPIENTE	N°4
Imagen del atractivo	Mapa de ubicación
	
Descripción del atractivo	
<p>El camino de la serpiente es una ruta que se extiende desde la playa de la sanación, conocida localmente como "Cola", hasta la parte norte de la isla, denominada cabeza o "piqu'i". Este camino atraviesa lugares sagrados y presenta un impresionante panorama. En la parte norte, se encuentran chullpares prehispánicos enterrados en el suelo, que se mezclan con la sombra del entorno.</p> <p>Este camino ha recibido su nombre debido a una leyenda local que sugiere que la isla tiene la forma de una serpiente sin cabeza. Siguiendo este sendero, los visitantes pueden disfrutar de la belleza natural y cultural de la isla, pasando por el sitio sagrado del calvario y conectándose con la historia y la espiritualidad del lugar.</p> <p>Es importante destacar que esta descripción se basa en conocimientos generales y puede variar en detalles específicos según las creencias y tradiciones locales.</p> <p>Actividades a realizar</p> <p>Los turistas llevarán una pequeña piedra que serán levantadas en la playa de la sanación, y lo subirán por el camino de la serpiente, esta piedra es el símbolo del pecado y dolor de cada persona y subiendo este camino llevando su carga cada uno.</p>	
INFORMANTE LOCAL:	PORFIRIO MAMANI



Nombre del atractivo: CALVARIO	N°5
Imagen del atractivo	Mapa de ubicación
	
Descripción del atractivo	
<p>El calvario está ubicado a 300 metros de las ruinas, en un sitio sagrado para los turistas, conectado al camino de la serpiente, los visitantes realizan la visita con respeto, se hacen fiestas y danzas en la zona de acuerdo al estado de la luna. En este lugar se realiza una tradición en tiempos de sequía. El ritual consiste en que los comunarios adornen los cantaros llenos de agua con flores, el chamán utiliza una rana verde oscura dejándola sin agua para que el pequeño anfibio ruegue con ellos por la llegada de las lluvias. Casi siempre se tienen buenos resultados, excepto cuando confunden la rana con otro tipo de ranas como las que están manchadas con blanco, otras que tienen franjas amarillas o naranjas, estas pueden invocar heladas o granizos.</p>	
Actividades a realizar	
<p>A lo alto de la Isla se encuentra el calvario, los turistas una vez que suban por el camino de la serpiente con su pequeña piedra lo subirán y depositarán cerca del calvario, como símbolo de que ya pagó por sus pecados y para finalizar se hace una challa con alcohol separándose de sus pecados simbolizados en piedras, y para finalizar prenderán una vela blanca dentro del calvario como símbolo de paz.</p>	
INFORMANTE LOCAL	PORFIRIO MAMANI



Nombre del atractivo: SENDERO WARMI THAKHI	N°6
Imagen del atractivo	Mapa de ubicación
	
Descripción del atractivo	
<p>Los habitantes de la isla conservan sus costumbres, en su cultura la mujer está muy valorada, cumple un rol importante en la comunidad por sus saberes ancestrales de medicina, las mujeres conocían los beneficios de cada planta, siendo curanderas también se dedican a la textilería y artesanía.</p> <p>En la época incaica, el hombre y la mujer tiene roles, era costumbre que las mujeres caminen por el sendero que pasaba por la parte baja de la isla atravesando de norte a sur, siendo este sendero solo transitado por mujeres lo llamaron “Warmi Thakhi” (sendero de la mujer); los hombres tenían su sendero que pasaba por encima de la isla, ambos tenían tareas recíprocas de agricultura, ganadería y piscicultura.</p> <p>Actividades a realizar</p> <p>El sendero de Warmi Thakhi también esta agregada para la ruta vivencial, ya que este sendero lleva muchas plantas medicinales para diferentes afecciones, los turistas podrán aprender sobre la medicina tradicional que es lo que se practica aquí con normalidad ya que no existe hospitales.</p>	
INFORMANTE LOCAL:	PORFIRIO MAMANI



Nombre del atractivo: RUINAS DEL ÑAK UYU	N°7
Imagen del atractivo	Mapa de ubicación
	
Descripción del atractivo	
<p>Las ruinas del templo “Inak Uyu” o templo de las vírgenes, se denomina luna a la mujer, los incas utilizaban la isla como hogar de mujeres escogidas desde los 8 años, que vivían allí hasta los 28, eran guiadas por una anciana superior llamada “Mamacona”, la cual instruye a las mujeres en diferentes oficios dedicados al sol, como agricultura, textilería, cocina, preparación de chicha, pero el principal propósito de su permanencia en la isla era mantenerlas vírgenes, para ser escogidas por los incas como esposas. El día de 21 de septiembre, se realizaba la ceremonia llamada “Cuya Raymi Killa”, consistía en que los incas tenían permitido entrar a la isla y escoger a una ñusta para ser su esposa.</p> <p>Actividades a realizar</p> <p>Más tarde continuando con la ruta se visitará al atractivo potencial del lugar las ruinas del Inak Uyu, donde los guías darán información sobre la historia y significado del templo, se podrán sacar fotografías en lugar como también en sus alrededores.</p> <p>Para finalizar con broche de oro se realizarán las siguientes actividades en las ruinas del Inak uyu:</p> <p>Mesa para la pachamama</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fogata -Música <p>Se realizará el ritual andino por parte del chaman, para culminar con la destrucción de las hojas realizadas en la capilla, que serán quemados como un acto simbólico de liberación y purificación, re realizará una mesita con los buenos deseos para los turistas, se podrá disfrutar de música autóctona.</p>	
INFORMANTE LOCAL:	PORFIRIO MAMANI



6.2.1.22 COMUNICACIONES

Los elementos que se utilizarán para la comunicación entre guías son los teléfonos celulares, señal de Tigo y Entel.

6.2.1.23 CAPACIDAD DE CARGA

- 1 **Por guía:** la capacidad por guía son 10 a 12 personas, debido a que en el recorrido el ingreso a algunos atractivos se limita esa cantidad de personas.
- 2 **Por transporte:** la capacidad de carga por transporte será de 30 personas, debido a que se considera la capacidad del bus que se tiene para el transporte.
- 3 **Por visita:** por visita serán 36 personas, las visitas son fines de semana por la factibilidad de los atractivos, es decir en cada día la capacidad de carga serán 30 personas, en un fin de semana 60.

6.2.1.24 EMERGENCIAS MÉDICAS

➤ Primeros auxilios

Los primeros auxilios en casos de emergencias serán brindados por los guías encargados, nuestro botiquín de primeros auxilios estará compuesto por:

- Gasas estériles.
- Algodón hidrófilo.
- Vendas de fijación elástica, tiritas, esparadrapo.
- Tijeras de punta redonda y pinzas.
- Agua oxigenada y alcohol 96°.
- Toallitas antisépticas.
- Guantes de cura estériles, antisépticos.
- Aspirinas



- En casos donde se derive el paciente a otro centro de salud cercano a la comunidad o a Copacabana.

6.2.1.25 EVALUACIÓN DE LAS RUTAS

Tabla 21 Hoja de evaluación

HOJA DE EVALUACIÓN				
Nombre:		Nacionalidad		
Teléfono:		Edad		
EVALUACIÓN DE LA RUTA VIVENCIAL	Excelente	Muy bueno	Regular	Malo
INTERESANTE	Mucho	Algo	Nada	Malo
INNOVADOR	Si		No	
ACTIVIDADES	Buenas		Malas	
GUIAJE				
Nombre del guía				
Conocimiento				
Dominio de lugares				
Atención				
Comentarios				

HOJA DE EVALUACIÓN				
Nombre:		Nacionalidad		
Teléfono:		Edad		
EVALUACIÓN DE LA RUTA MÍSTICA	Excelente	Muy bueno	Regular	Malo
INTERESANTE	Mucho	Algo	Nada	Malo
INNOVADOR	Si		No	
ACTIVIDADES	Buenas		Malas	



HOJA DE EVALUACIÓN					
Nombre:		Nacionalidad			
Teléfono:		Edad			
EVALUACIÓN SERVICIOS	DEL	Excelente	Muy	Regular	Malo
			bueno		
TRANSPORTE					
Comodidad					
Limpieza					
Seguridad					
Comentarios					
ALIMENTACIÓN					
Menú					
Limpieza establecimiento					
Calidad menú					
Comentarios					
GUIAJE					
Nombre del guía					
Conocimiento					
Dominio de lugares					
Atención					
Comentarios					
ACTIVIDADES					
Experiencia					
Calidad					
Calidad/Precio					
Atención en general					
GRACIAS POR SU AYUDA					

Fuente: Elaboración propia



6.2.1.26 CRONOLOGÍA

Tabla 22 Cronograma

ACCIONES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Desarrollo de rutas	X	X				
Contratación de servicios		X				
Compra de material		X				
Prueba piloto			X			
Solución de problemáticas				X		
Ejecución de rutas					X	X

Fuente: Elaboración propia

6.2.1.27 PRESUPUESTO

Tabla 23 Presupuesto

RUTA "A" – TURISMO VIVENCIAL				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL Bs
Pétalos de flores (para la bienvenida)	Bolsas	5	5	25
Canastitas medianas	Unidad	15	12	180
Lanas de colores	Unidad	5	6	30
Alimento para los peces	Kilo	198	1	198
Leña	Amarro	10	2	20



Alcohol	Botella de litro	15	1	15
Fosforo	Caja	5	1	5
TOTAL				473

Fuente: Elaboración propia

RUTA “B” – TURISMO MISTICO				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL Bs
Caja de cartón	1	5	1	5
velas gruesas	Unidad	20	2	40
Hojas bon	Paquete	25	1	25
Velas pequeñas	Docena	12	1	12
Alcohol	Botella de litro	15	3	45
Materiales para la fogata(leña)	Amarro	10	2	20
Material de mesa para la Pacha Mama	Unidad	120	1	120
TOTAL				267

Fuente: Elaboración propia



PRESUPUESTO PROYECTO- TURISMO MÍSTICO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL Bs
Batas	Unidad	350	12	4200
TOTAL				4200 Bs

Fuente: Elaboración propia

6.3 PROPUESTA 2: GESTIÓN TURÍSTICA SUSTENTABLE PARA LAS RUTAS

6.3.1 OBJETIVO

Desarrollar herramientas de gestión turística sostenible para la operación del producto turístico y su puesta en marcha.

6.3.2 JUSTIFICACIÓN

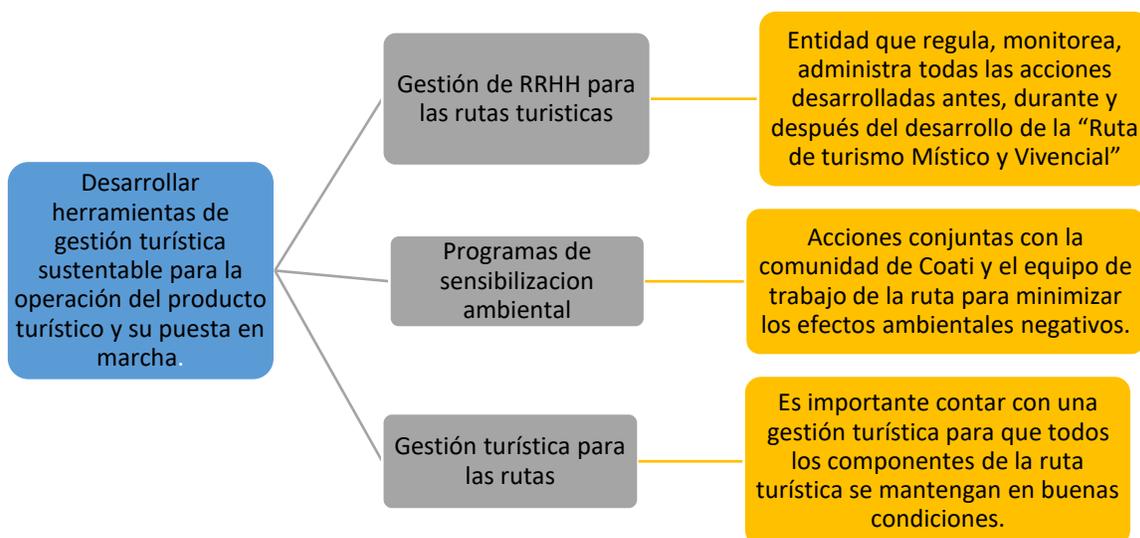
La implementación de la gestión bajo las propuestas planteadas posibilita su eficiente regulación, administración, mantenimiento y operación. La gestión es fundamental para el desarrollo sostenible del proyecto porque facilita la gestión de los factores influyentes, que son: los recursos humanos, ambientales y turísticos.



6.3.3 METAS E INDICADORES

Para el I semestre de la gestión 2026 se han puesto en práctica las herramientas de gestión adecuadas para los RR. HH, gestión ambiental y gestión turística para la ruta de Turismo Vivencial y Místico en la isla de la luna.

Figura 14 esquema de la Segunda Propuesta



6.3.4 DESARROLLO DE LA PROPUESTA 2

6.3.4.1 GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS PARA LAS RUTAS TURISTICAS

Es necesario tener una entidad que regule, monitorea, administra y opera todas las acciones desarrolladas antes, durante y después del desarrollo de la ruta de turismo “Místico y Vivencial” de manera confiable y segura de esa manera se plantea la gestión de recursos humanos ya que mediante el cual se podrá operar dicha ruta.



6.3.4.2 OBJETIVO

Administrar y operar el paquete turístico propuesto rutas de Turismo “Místico y Vivencial” de manera eficaz y competente, en colaboración con todos los participantes del recorrido.

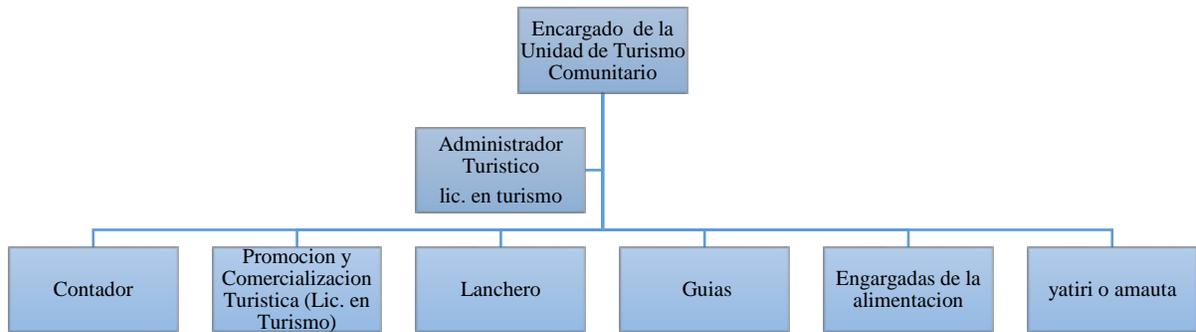
6.3.4.3 JUSTIFICACIÓN

Como se puede apreciar en el siguiente organigrama, las personas encargadas de que todo marche bien, el que esta como coordinador tenemos al Lic. En turismo ya que deberá contar con amplio conocimiento en este rubro, se consideró que el sería el más adecuado para dirigir el equipo de trabajo.

También se contará con un contador, Lic. En turismo con conocimientos en promoción y comercialización Turística, lancheros, guías locales, amautas o yatiris y encargados de la alimentación.

Mediante el desarrollo de la estructura organizacional que se tomará en consideración para el presente proyecto, se observa la siguiente figura.

Figura: Estructura Organizacional



Fuente: Elaboración Propia



6.3.4.4 POLÍTICA DE CONTRATACIÓN

El éxito o el fracaso de una empresa depende en gran medida del material humano, la contratación y selección del personal adecuado es esencial para el crecimiento adecuado de una empresa.

Es por esto que se priorizará la contratación de personas que cuenten con habilidad y experiencia y sobre todo que cuenten con muchas ganas de trabajar, en las distintas áreas de trabajo como se puede observar en el organigrama de la parte superior.

Entre el personal estará el encargado de la Unidad de Turismo Comunitario, un licenciado en Turismo quien será el asesor y quien administré y guíe el equipo de trabajo, un licenciado en Turismo que se encargará en la promoción y comercialización Turística, un licenciado en contaduría pública quien será el contador, dos guías locales, lanchero local, cocineras de la asociación Warmi Thakhi y también un yatiris o amauta de la comunidad.

6.3.4.5 REQUERIMIENTOS GENERALES PARA EL PERSONAL DE BASE

Para la puesta en marcha de la ruta turística de turismo “Místico y Vivencial “se contratará en su mayoría a los comunarios de la Isla de la Luna, de esa manera el proyecto ayudará económicamente la comunidad, por el cual es necesario que los comunarios que formarán parte del equipo de trabajo reciban capacitaciones previas con profesionales especializados de acorde al área en que van a ejercer su labor.

6.3.4.6 DESCRIPCIÓN DE CARGOS

El administrador turístico es el encargado directo de este proyecto, además tiene a su cargo los siguientes funcionarios: los guías locales, el lanchero, las encargadas del servicio de



alimentación de la asociación de Warmi Thakhi, el encargado de promoción de información, el contador y el yatiri.

El administrador turístico está bajo su supervisión directa ya que su trabajo se centra únicamente en dirigir y organizar el equipo de trabajo.

Tabla 24: Administración turístico

ADMINISTRADOR TURÍSTICO
<p>Función principal:</p> <ul style="list-style-type: none">• Planifica, organiza, dirige y controla el funcionamiento de la empresa turística con responsabilidad social.• Evalúa el desempeño productivo, mercadológico, financiero y humano de las empresas turísticas y hoteleras.• Coordina las relaciones de las distintas áreas y las acciones a desarrollarse. <p>Especificación del Puesto Conocimientos.</p> <ul style="list-style-type: none">• Administrar de manera óptima los recursos humanos que componen la Unidad.
<p>Especificaciones del puesto</p> <p>Conocimiento: En área turística.</p> <p>Perfil: Licenciado/a en Turismo.</p> <p>Requisito: Título profesional.</p>

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración propia

LIC. EN TURISMO PARA LA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA

Establecer la imagen turística de la Isla de la Luna (Comunidad Coati) en el mercado, enfocándose principalmente en la ruta de turismo “Místico y Vivencial”, aprovechando al máximo los recursos promocionales disponibles.

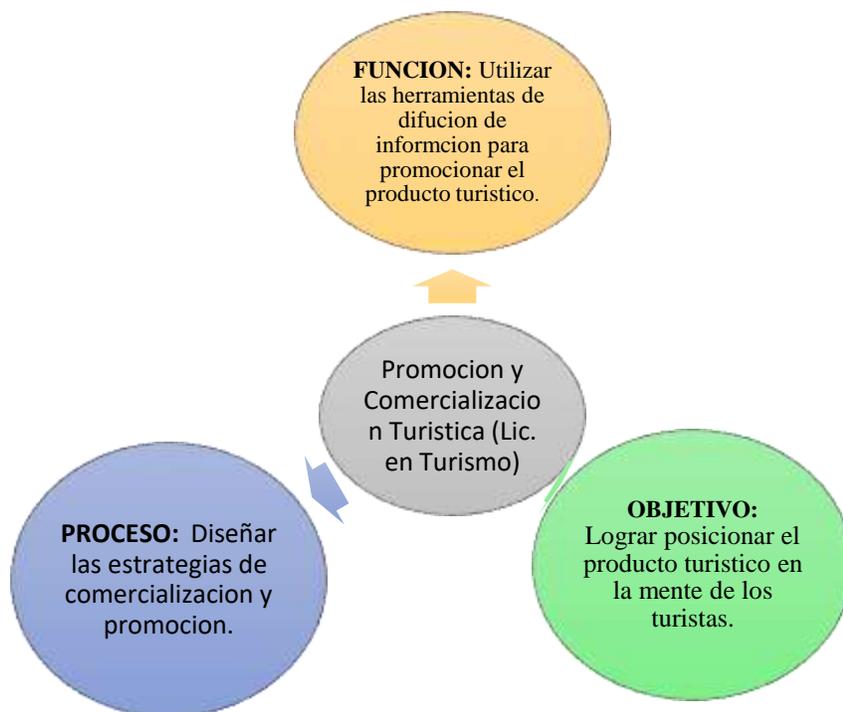
- Debe plantear las mejores formas de promocionar la ruta turística.
- Actualizar las herramientas de las redes sociales y páginas web.

Especificaciones del puesto

Conocimientos: El manejo de las herramientas de promoción y difusión de información turística y los programas informáticos fundamentales se encuentran entre los requisitos de conocimientos específicos del trabajo.

Perfil: Licenciado/a en Turismo con conocimientos en promoción y marketing turístico.

Requisito: Título profesional.



Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 25: Contaduría Pública

CONTADOR LIC. EN CONTADURÍA PÚBLICA
<ul style="list-style-type: none">• Administrar el flujo de efectivo.• Elaboración de estados financieros.• Proyecciones y variaciones contables.• Cumplimiento de las obligaciones fiscales.• Realización de auditorías internas.• Registro del libro contable.
Perfil: Licenciado/a en Contaduria publica.
Requisito: Título profesional y un año minimo de experiencia en cargos similares.



Fuente: Elaboración propia.

LANCHERO

FUNCIÓN PRINCIPAL: Es de conducir la lancha de manera responsable con todas las medidas de seguridad, traslado de un punto a otro a los pasajeros.

ESPECIFICACIÓN DEL PUESTO CONOCIMIENTOS:

Conocimiento en manejo de lancha a motor y remos, contar con permisos legales.

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

ENCARGADAS DE LA ALIMENTACIÓN

Función Principal

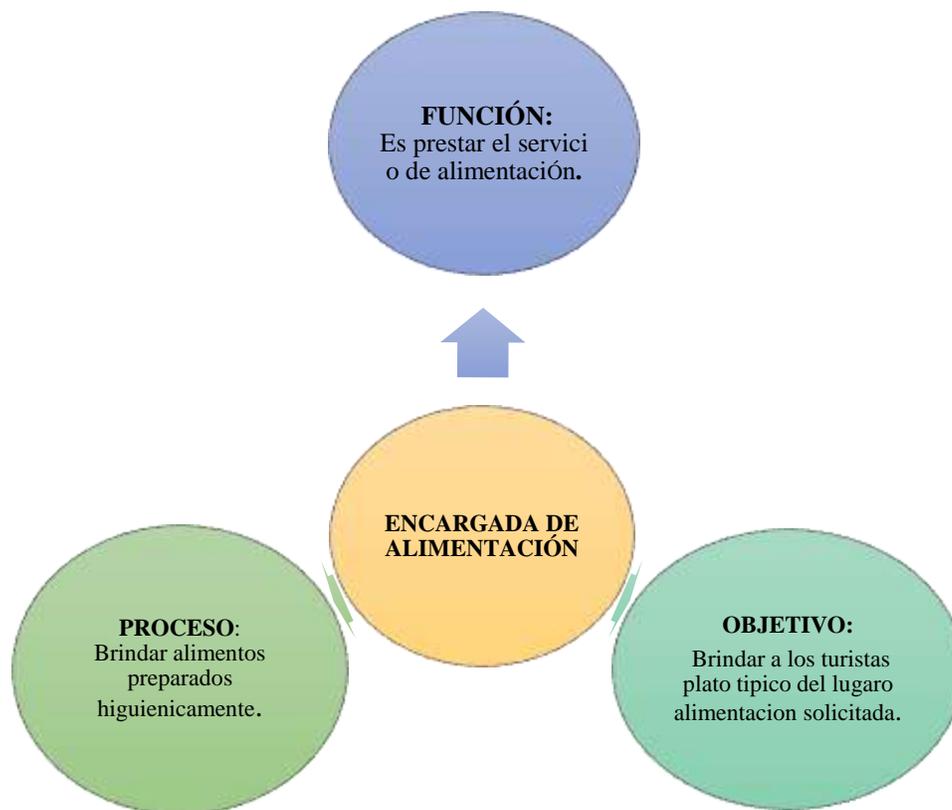
- Entregar los servicios de alimentación de acuerdo con la ruta “Mística Vivencial” de manera responsable, puntual e higiénica.
- Gestionar los recursos de la mejor manera posible.
- gestionar abiertamente los recursos y los suministros utilizados en la producción de alimentos y bebidas.

Especificación del puesto

Conocimientos: Elaboración de platos y bebidas típicas del lugar, así también como la adecuada atención al visitante.

Requisito: Formar parte de la asociación Warmi thakhi, como también ser comunaria del lugar.

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

GUÍA LOCAL

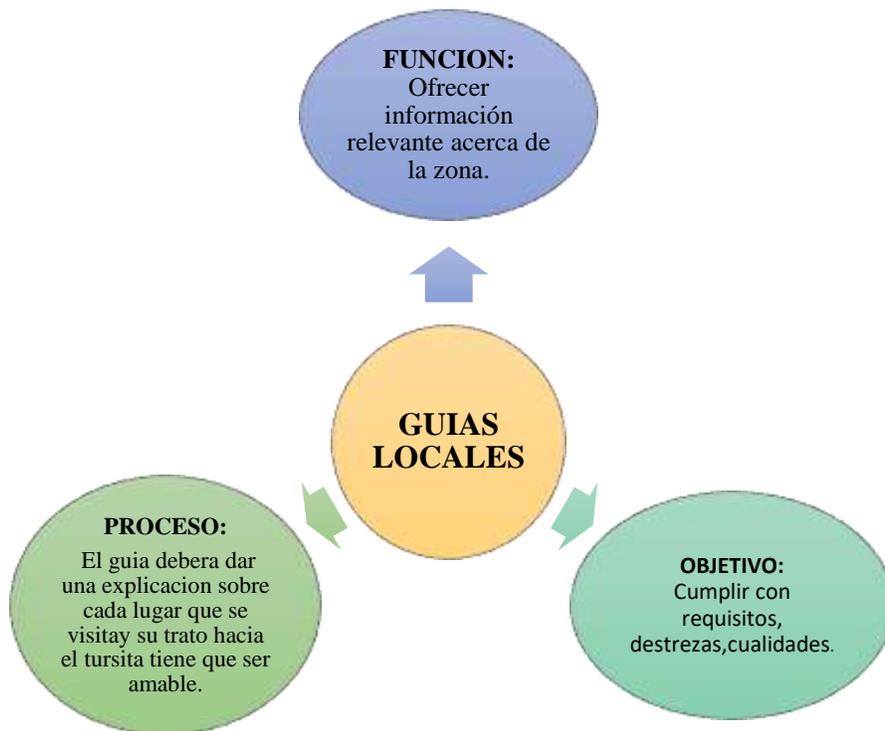
Función principal:

Proporcionar toda la información necesaria los turistas que están realizando la ruta de turismo “Místico y Vivencial”, como también absorber cualquier duda en inquietud que tengan, entre otros aspectos importantes.

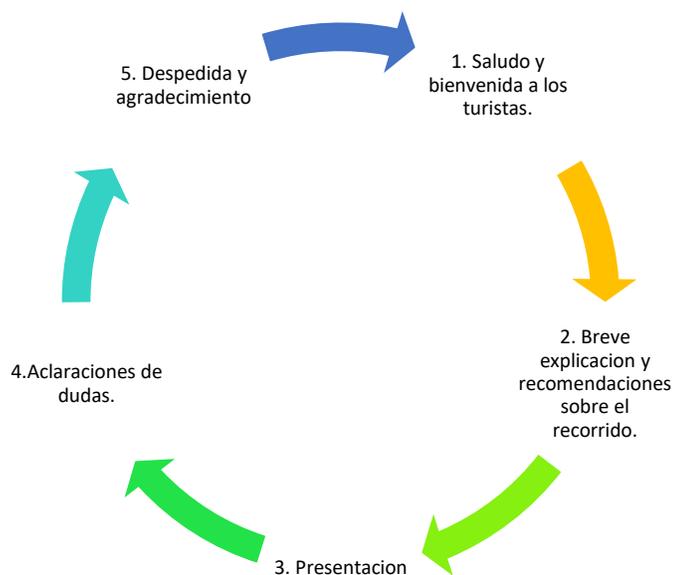
- Informar sobre aspectos importantes, como ser: la historia, cultura, tradición entre otros del lugar a visitar.

Especificación del trabajo: Conocimiento: Manejo de grupos y comprensión de todas las tareas involucradas en el desempeño de su trabajo

Perfil: Guía local que asistió a la capacitación.



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.



YATIRIS O AMAUTA

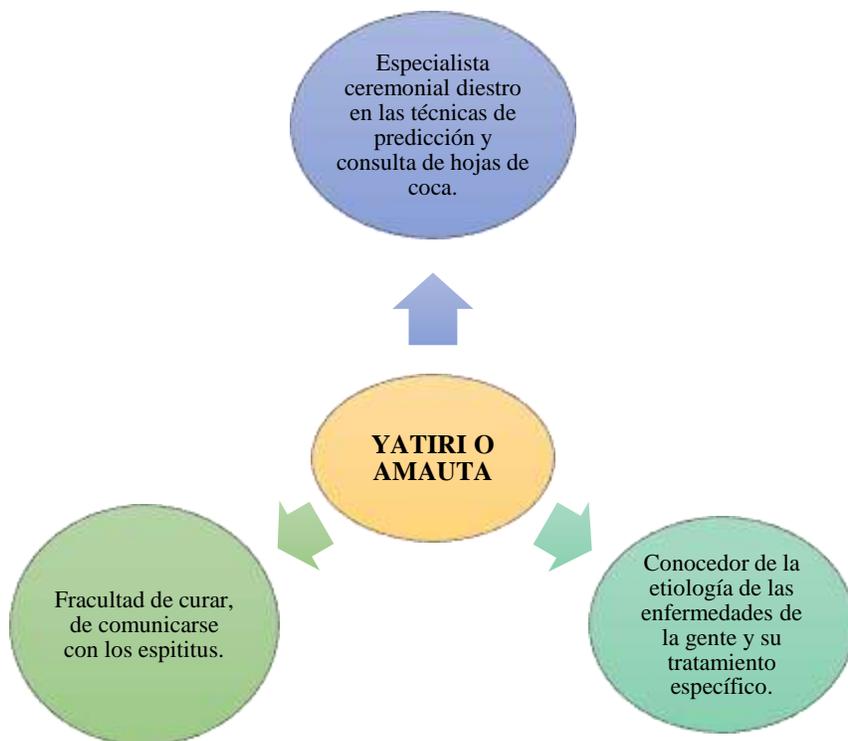
Función principal:

- Expertos en etiqueta, expertos en técnicas de pronóstico y asesoramiento de la hoja de coca.
- Comprender la etimología de las enfermedades humanas y sus métodos de tratamiento específicos.
- Poderes curativos, capacidad de comunicarse con espíritus o dioses.
- Muestra habilidades de previsión y adivinación.

Especificación del trabajo

Conocimiento: Conocimiento en saberes ancestrales, ritos y costumbres.

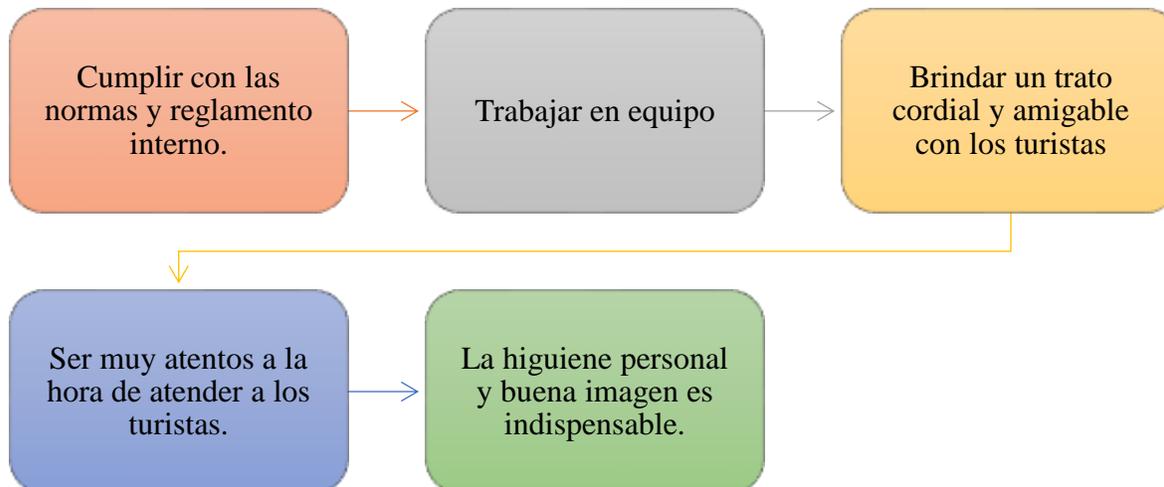
Perfil: Ser comunario del lugar.



Fuente: Elaboración propia



6.3.4.7 NORMAS DEL PERSONAL



Fuente: Elaboración propia

6.3.4.8 SUELDOS Y SALARIOS

Por otro lado, aclaramos que la contratación del personal para la ruta “Mística Vivencial” consta de tres personas que recibirán salarios fijos por la duración de sus contratos, los cuales son:

- Administrador Turístico (Lic. en Turismo) quien ganara un sueldo de 4000 Bs mensuales.
- Encargado de Promoción (Lic. en Turismo con conocimientos en marketing turístico) quien ganara el salario mínimo nacional para empezar 2362 Bs.
- Contador (Lic. en Contaduría pública) quien ganara el salario mínimo nacional para empezar 2362 Bs.



6.3.4.9 APORTES PATRONALES

CARGO	SUELDO	APORTE	PRIMA	COMISIÓN	APORTE	TOTAL APORTES
		CUENTA PERSONAL PREVISIONAL (10%)	DE RIESGOS COMÚN (1.71%)	GESTORA (0.50 %)	LABORAL FONDO SOLIDARIO (0.50%)	
Administrador Turístico (Lic. en Turismo)	4000 Bs	400	68.4	20	20	508.4
Encargado de Promoción.	2362 Bs	236.2	40.39	11.81	11.81	300.21
Contador	2362 Bs	236.2	40.39	11.81	11.81	300.21
TOTALES	8,724	872.4	149.18	43.62	43.62	1,108.82

Fuente: Elaboración propia.

6.3.4.10 PRESUPUESTO DE SUELDOS Y SALARIOS

CARGO	SUELDO	TOTAL	PROVISIÓN	PROVISIÓN	TOTAL
		GANADO	AGUINALDO	INDEMNIZACIÓN	
Administrador Turístico (Lic. en Turismo)	666.4 Bs	4000 Bs	333.2 Bs	333.2 Bs	4000 Bs
Encargado de Promoción.	393.5 Bs	2362 Bs	196.75 Bs	196.75 Bs	393.5
Contador	393.5 Bs	2362 Bs	196.75 Bs	196.75 Bs	2362 Bs
TOTALES	1,453.4	872.4	726.7	726.7	8,724

Fuente: Elaboración propia.



6.3.4.11 PERSONAL EVENTUAL

En el cuadro anterior no se puede ver los sueldos y salarios de los: guías, lancheros, yatiri, encargadas por que ellos ganaran por día y no así mensual, ya que de ellos será por los días.

Como ya se había mencionado anteriormente que el equipo de trabajo será de la comunidad excepto al administrador turístico, contador, y Lic. En turismo.

Las encargadas de alimentación serán de la asociación Warmi Thakhi ya que son señoras pertenecientes de la misma comunidad, ellas cobrarán por el número de platos servidos incluyendo insumos a necesitar y el esfuerzo empleado en la preparación, el siguiente cuadro se muestra los pagos diarios:

CARGO	REMUNERACIÓN POR PAQUETE
LANCHERO	720 Bs

Fuente: Elaboración propia

CARGO	REMUNERACIÓN POR PAQUETE
GUIA	100 Bs

Fuente: Elaboración propia

CARGO	REMUNERACIÓN POR PLATO
SEÑORAS DE WARMI TAKHI	DESAYUNO: 10 ALMUERZO: 25 REFRIGERIO: 10 CENA: 15

Fuente: Elaboración propia



CHOFER DE BUS	
(La Paz-Copacabana y viceversa)	
REMUNERACIÓN POR CONTRATO	
Contratación del bus	1500 BS

Fuente: Elaboración propia.

CARGO	REMUNERACIÓN POR PLATO
MÚSICOS	POR TOCADA 600 Bs

Fuente: Elaboración propia

CARGO	REMUNERACIÓN POR PLATO
Yatiri	100 Bs

Fuente: Elaboración propia

6.3.4.12 SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL PARA LAS RUTAS TURÍSTICAS

6.3.4.12.1 OBJETIVO

Efectuar hechos y acciones conjunta con la comunidad de Coati y todo el equipo de trabajo de las rutas “Mística y Vivencial” para minimizar los efectos ambientales negativos y al mismo tiempo reduciéndose los efectos provocados por los residuos que contaminan el medio Ambiente.

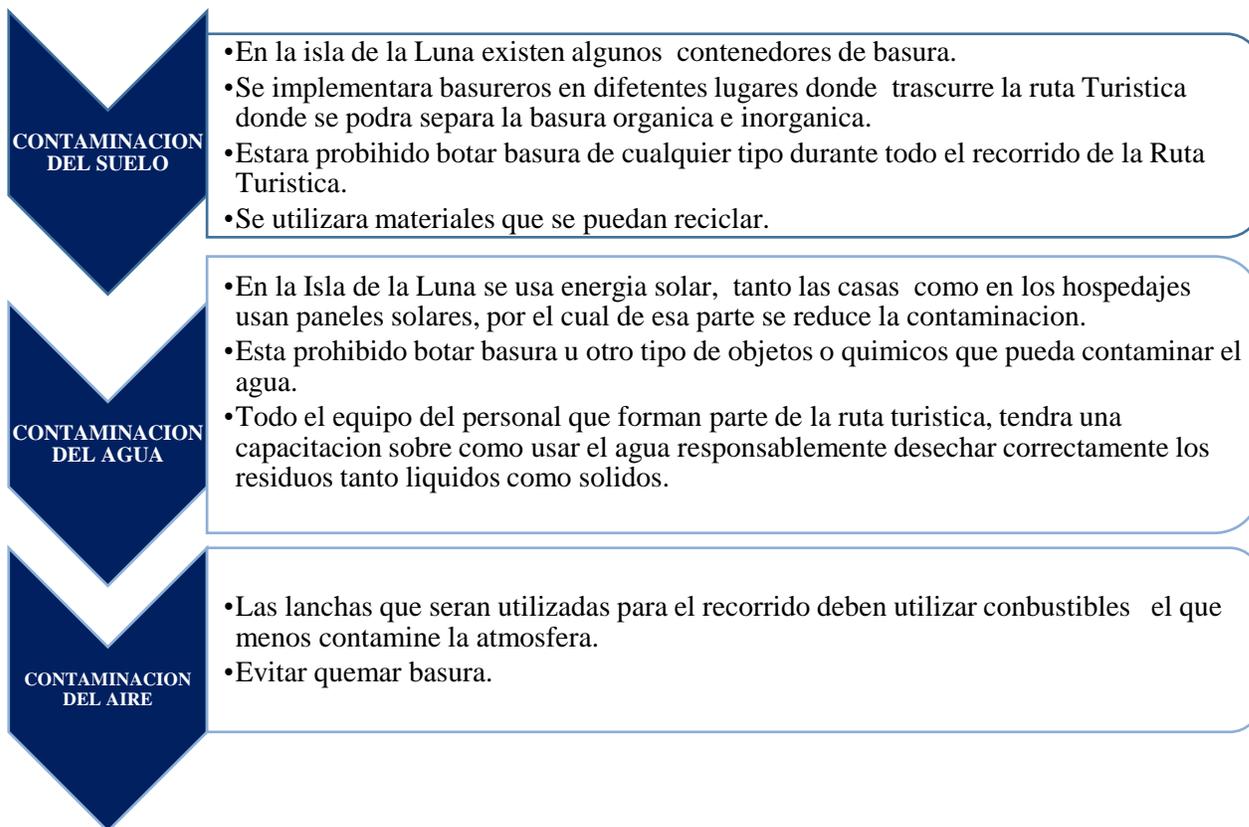


6.3.4.12.2 JUSTIFICACIÓN

El mal uso de los recursos naturales con los que cuenta la comunidad de Coati como ser: la tierra, el agua y el aire que son elementos primarios que forman parte del atractivo del lugar. Todo esto se podría conducir a la degradación ambiental y la contaminación, afectando la imagen turística del lugar, para reducir el impacto ambiental negativo en la Isla de la Luna y que la actividad turística se desarrolle de manera positiva se considera la gestión ambiental para el desarrollo de la “Ruta de turismo Místico y Vivencial “.

6.3.4.12.3 ACCIONES PARA LA SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL PARA LAS RUTAS TURISTICAS

Ya que es importante tener un adecuado desarrollo de las dos rutas una de turismo Místico y otra de turismo Vivencial, sin producir impactos negativos en el medio ambiente del lugar: se deben tomar en consideración varios puntos y aspectos como ser:



Fuente: Elaboración propia.

Cabe recalcar que al establecer la sensibilización ambiental para las dos rutas uno de turismo místico y la otra de turismo vivencial, se pretende mitigar el impacto ambiental, más que toda



la contaminación del aire. Agua y tierra, pero también importante realizar acción como:

Acciones directas para mitigar la contaminación en los sitios que forman parte de las dos rutas "Mística y Vivencial".

Capacitar tanto a la comunidad como a todos los involucrados en las rutas de turismo Místico y Vivencial, sobre el cuidado del medio ambiente.

Reducción máxima del daño al medio ambiente en el lugar y aumentar la conservación de los recursos que se encuentran en la naturaleza del lugar.

Fuente: Elaboración propia.

6.3.4.12.4 POLÍTICA AMBIENTAL PARA LAS RUTAS

Establecer las políticas ambientales es crucial para el sistema así que la política ambiental para las dos rutas de turismo místico y de turismo vivencial será:



<p>Se aplicara las 3 R que son: rehusar, reciclar y reducir.</p> <p>Se reciclara botellas de plasticos, cartones, papeles.</p> <p>Se reducira la utilizacion de agua de manera innecesaria.</p>	<p>Se reciclara todo tipo de papel, cartones hasta botella de plastico con la finalidad de minimizar la contaminación.</p>
<p>POLITICA AMBIENTAL</p>	
<p>Se impartira capacitaciones a todo el personal de trabajo antes de la ejecucion del proyecto.</p> <p>Sensibilizar y formar adecuadamente al personal para reducir el impacto ambiental.</p>	<p>Minimizar en lo posible los residuos generados.</p> <p>Reducir el gasto de los recursos no renovables.</p>

Fuente: Elaboración propia.

6.3.4.12.5 CONCIENTIZACIÓN MEDIANTE CAPACITACIONES

Todos los implicados recibirán capacitaciones y formación adecuada sobre el medio ambiente y su cuidado antes de impartir el proyecto de las rutas de turismo místico y de turismo vivencial.

Las asistencias a estos cursos de capacitación serán de manera obligatoria y un requisito previo para todo el personal de trabajo que formará parte de esta actividad.

Dependiendo del cargo y de las actividades que se realicen, el personal deberá tener los conocimientos necesarios para que posteriormente puedan transmitir a los turistas tal es el caso de los guías turísticos.

El lugar donde se realizarán estas capacitaciones será en la Unidad Educativa de la comunidad de Coati, aprovechando que se trata de un ambiente grande ideal para un mayor número de personas.



6.3.4.12.6 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
CAPACITACIÓN: PARA TODOS LOS INVOLUCRADOS EN LAS RUTAS * ¿Quién es un visitante? Actitudes y comportamiento ante un visitante *Cualidades valoradas por los visitantes												
CAPACITACIÓN PARA LOS ENCARGADOS DE ALIMENTACIÓN. *Manipulación de alimentos. *Utensilios de cocina Preparación adecuada Ingredientes y condimentos nativos.												
CAPACITACIÓN PARA LOS GUIAS.												
*Primeros Auxilios Manejo de Contingencias Simulacro de accidentes probables.												

Fuente: Elaboración propia



6.3.4.12.7 PRESUPUESTO REFERENCIAL

MATERIALES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
RECURSOS HUMANOS (capacitador)	6 cursos	6	150 Bs	900 Bs
Bolígrafos	50 unidades	50	1 Bs	50 Bs
Cuadernos para apuntes tamaño carta.	50 unidades	50	3 Bs	150 Bs
Botes de basura	3	3	150 Bs	450 Bs
TOTAL				1550 Bs

Fuente: Elaboración propia

El total del presupuesto que se necesita para la realizar las capacitaciones son un total de 1100 Bs. Tomando en cuenta que al capacitador se le pagará 150 por capacitación el cual deberá llevar el material donde dará la capacitación ya sea Data show, carteles u otra forma de explicación.

6.3.4.12.8 GESTIÓN TURÍSTICA PARA LAS RUTAS

Cuando se realiza una ruta turística o algún otro emprendimiento turístico en un lugar sin ningún tipo de mantenimiento, este a lo largo llega a sufrir contaminación ambiental, el suelo se puede erosionar, como también degradar etc.

Como también si aún determinado lugar entran varias personas, mucho mayor al número de personas que puede soportar el lugar, este con el tiempo llegan a sufrir varios efectos negativos llegando incluso a malograr a tal grado que el lugar puede resultar destrozado, por ese motivo



y muchos es muy importante realizar una gestión turística para que todos los recursos naturales y turísticos reciban mantenimiento periódicamente de esa manera se podrá preservar estos sitios y garantizar un turismo sostenible.

Es importante tener una capacidad de carga máxima del lugar a visitar, de esa manera evitar el destroz del lugar.

6.3.4.13 MANTENIMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

Para que funcione de manera efectiva una ruta turística, es necesario realizar mantenimiento periódicamente, ya que la imagen del lugar, del como se ve visualmente atrae a los turistas de esa manera también sienten seguridad en el lugar.

Realizar un mantenimiento adecuado en el lugar garantiza un turismo sostenible, como también que la comunidad se beneficie por muchos años más.

A continuación, se describe el mantenimiento y procedimientos.

6.3.4.13.1 MANTENIMIENTO DEL SENDERO WARMI THAKHI

El sendero de Warmi Thakhi es el camino principal donde los comunarios transcurren, este camino recibe ese nombre “Warmi Thakhi” que viene del idioma aymara que en español significa “Camino de la Mujer” este sendero es muy representativo a la mujer de la comunidad porque a lo largo del sendero se puede encontrar una gran variedad de plantas medicinales y curativas, las mujeres conocían los beneficios de cada planta, siendo curanderas también se dedican a la textilería y artesanía.

Para el mantenimiento del sendero de Warmi Thakhi se realizará dos tipos de acciones entre ellas está la limpieza y reparación.



MAPA	SENDERO
 <p>En el mapa se puede observar el trayecto del sendero de Warmi Thakhi.</p>	 <p>Se propone que se agreguen piedras para definir el sendero de Warmi Thakhi.</p>

Fuente: Elaboración propia.

LIMPIEZA	REFACCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Para limpiar el sendero se debe retirar las ramas, piedras, pajas y cualesquiera otras obstrucciones deben ser retiradas del sendero. • Al limpiar el sendero también se debe de limpiar los contenedores de basura que estarán puestos a lo largo del sendero. • Como también es necesario recortar y limpiar las pajas o pastos que crecen sobre el sendero. 	<ul style="list-style-type: none"> • Excavaciones o hoyos en el piso deberán ser tapados lo antes posible para evitar accidentes. • Se deberá pintar las piedras que enmarcan el sendero, cada vez que estas se muestran gastadas.

Fuente: Elaboración propia

6.3.4.13.2 CRONOGRAMA DE MANTENIMIENTO PARA EL SENDERO DE WARMI TAKHI

El mantenimiento del sendero se realizará cada tres meses como se muestra en la siguiente tabla:

ENERO	ABRIL	AGOSTO	NOVIEMBRE
-------	-------	--------	-----------



Primera semana Primera semana Primera semana Primera semana

Fuente: Elaboración propia

6.3.4.14 MANTENIMIENTO DE LA SEÑALIZACIÓN TURISTICA

MAPA DE SEÑALIZACIÓN



FOTOGRAFÍA DE SEÑALIZACIÓN



Para que el turista sepa dónde ir y que lugares visitar es necesario que tanto los paneles de información y las señaléticas se encuentren en perfecto estado de esa manera se podrán guiar fácilmente, es necesario implementar el mantenimiento de la señalética turística.



LIMPIEZA	REFACCIÓN
<ul style="list-style-type: none">Las placas de los paneles de información señalética se deben limpiar a fondo, quitando así la suciedad, polvo e impurezas.Limpiar con agua tibia y cuidadosamente erradicando todos los restos de grasa, óxido y pintura.Utilizar herramientas, como cepillos de alambre mecánicos si es necesario.	<ul style="list-style-type: none">En el caso que se presente rasguños o abolladuras se deberá reemplazar o refaccionar.En el caso de que las señaléticas estén desgastadas o que las letras no se entiendan, volver a pintar.En el caso que se requiera masilla o repujado de hierro realizarlo lo más antes posible.

Fuente: Elaboración propia

6.3.4.14.1 CRONOGRAMA DE MANTENIMIENTO DE LA SEÑALETICA TURISTICA Y PANELES DE INFORMACIÓN

El mantenimiento a la señalética y paneles de información turística se realizará dos veces al año, o en el caso de imprevistos también.

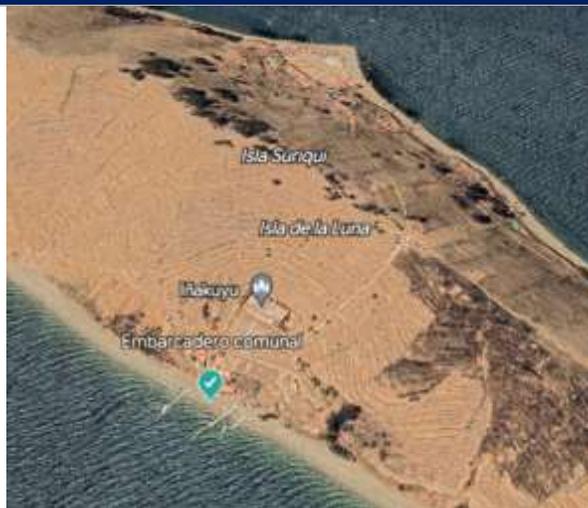
FEBRERO	JULIO
Primera semana del mes.	Primera semana del mes.

Fuente: Elaboración propia.



6.3.4.14.2 MANTENIMIENTO DEL EMBARCADERO Y LA PLAYA COMUNAL

MAPA



FOTO



Fuente: Elaboración propia



MANTENIMIENTO	REFACCIÓN
<ul style="list-style-type: none">• Se debe limpiar toda la basura, papel, botellas, cartones, etc. de la playa y embarcadero comunal.• Se debe eliminar pastos, pajas u otras plantas que hacen dar mal aspecto al embarcadero y playa comunal.• Se debe ordenar las piedras que obstruyen el paso y dan mal aspecto al lugar.	<ul style="list-style-type: none">• En el caso que una de las tablas de madera falte o se estén rompiendo repararlas.• Revisar si hay algún clavo saliendo, cambiarlas.

Fuente: Elaboración propia

6.3.4.14.3 CRONOGRAMA DE MANTENIMIENTO DEL EMBARCADERO COMUNAL Y PLAYA

El mantenimiento del embarcadero comunal y playa se realizará en los siguientes meses.

MARZO	JUNIO	SEPTIEMBRE	DICIEMBRE
Primera semana del mes.			

Fuente: Elaboración propia.

6.3.4.14.4 MANTENIMIENTO DE LOS BAÑOS Y DUCHAS

El mantenimiento general del baño debe ser realizado cada mes o después de notar algún daño, cabe recalcar que estos baños y duchas están conectadas a pozos sépticos por el cual también estos pozos sépticos deben recibir mantenimiento periódicamente.

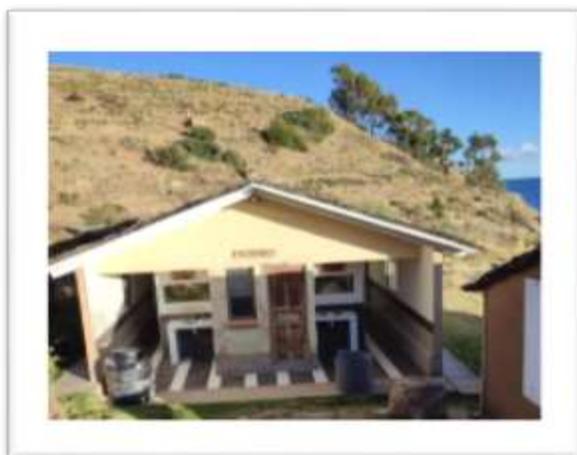


MAPA



En el mapa se puede ubicar los baños y duchas comunarios, pero también cabe recalcar que cada hospedaje turístico cuenta con baños y duchas privadas. Todos estos baños y duchas están conectadas a pozos sépticos ya que la comunidad todavía no cuenta con alcantarillado.

FOTO



Fuente: Elaboración propia.

6.3.4.15 MANTENIMIENTO DE BAÑO Y DUCHA

LIMPIEZA

REFACCION



<ul style="list-style-type: none"> • Las duchas e inodoros siempre deben mantenerse limpios y desinfectados. • Los inodoros deben lavarse con saca sarros en el caso que estos tengan esto. • Las duchas deben estar libres de hongos, limpias y desinfectadas. • El proceso de limpieza de un inodoro y ducha es: sacar la basura, limpiar con limpia baños el inodoro, lavamanos y ducha, cambiar toallas, papel y colocar jabón nuevo, por ultimo trapear el piso. 	<ul style="list-style-type: none"> • En el caso que algún inodoro se encuentre en mal estado cambiarlo inmediatamente o el caso de que existan goteras refaccionar inmediatamente.
---	---

Fuente: Elaboración propia

6.3.4.15.1 LIMPIEZA DE LOS POZOS SÉPTICOS

LIMPIEZA	REFACCIÓN
<p>Para limpiar los pozos sépticos se debe seguir los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abrir la tapa con cuidado. • No se debe fumar cerca del pozo. • Se debe preparar la bomba de succión. • Sumergir lentamente la bomba. • Usar un grifo de agua fresca. • Limpiar el filtro. • Dejar de utilizar la bomba de aspiración. 	<ul style="list-style-type: none"> • En el caso que se produzcan protuberancias o rajaduras se debe refaccionar inmediatamente.

Fuente: Elaboración propia.

6.3.4.15.2 CRONOGRAMA DEL MANTENIMIENTO DE LOS BAÑOS Y DUCHAS

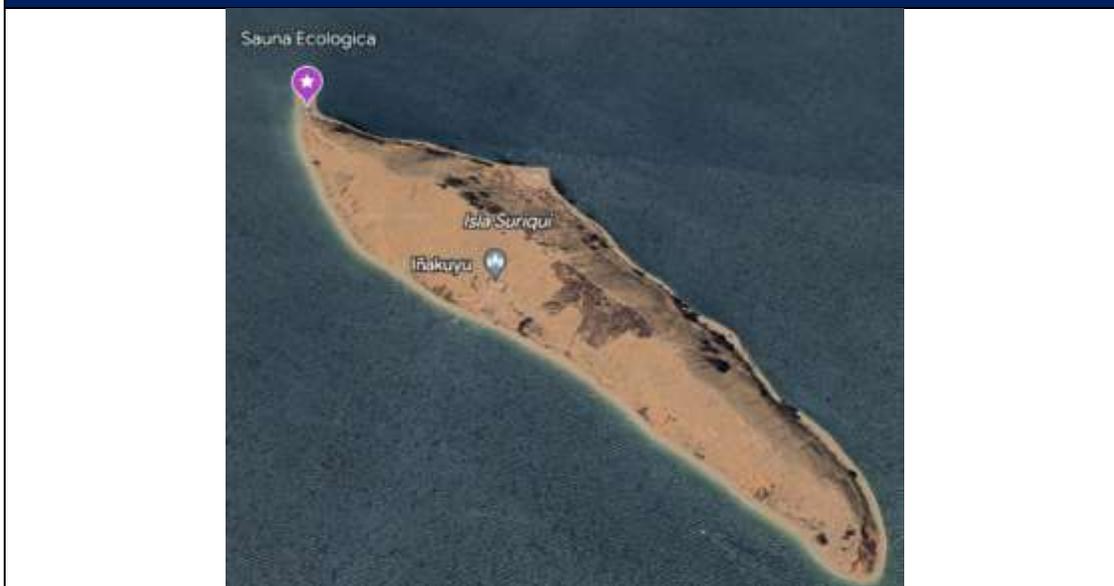
ABRIL	OCTUBRE
Primera semana del mes.	Primera semana del mes.



6.3.4.15.3 Fuente: Elaboración propia

6.3.4.15.4 PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE SAUNA ECOLÓGICA EN LA PLAYA DE LA SANACIÓN

MAPA



En el mapa se puede observar la ubicación exacta en donde se pretende implementar la sauna ecológica, en la playa de la sanación.

FOTO





Las imágenes muestran una sauna ecológica que se pretenden implementar en la Isla de la Luna, para complementar la ruta Turística Mística, en la sección de la playa de la sanación. La sauna estará hecha en su mayoría de madera de cedro.

6.3.4.15.5 LIMPIEZA Y REFACCIÓN DE LA SAUNA ECOLÓGICA

LIMPIEZA	REFACCIÓN
<p>Los pasos para limpiar el sauna son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Barrer y aspirar la suciedad superficial. • Limpiar y quitar suciedad o manchas de sudor. • Desinfectar las zonas de ventilación y el resto de equipos. • Revisar, limpiar y mantener quemadores, calentadores de piedra o eléctricos. • Aromatizar el ambiente. 	<p>En Calefactores y Generadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento preventivo • En calefacción y generadores: • Mantenimiento preventivo • Servicio tecnico • piezas de repuesto • Resistencia • Panel de control • Dentro de la cabina: • Bancos y pisos de arena • Cambiadores

Fuente: Elaboración propia

6.3.4.15.6 CAPACIDAD DE CARGA

Para que un lugar se mantenga en perfectas condiciones, también es muy importante tener un límite de visitantes por día, ya que si se sobresatura el lugar con una mayor cantidad de visitantes a los que está permitido, se puede presentar un gran desgaste del lugar, de esa forma a continuación se presenta la capacidad de carga máxima y mínima que puede tolerar los diferentes medios como así la ruta turística.

CAPACIDAD POR VISITA	
La capacidad para el recorrido de la ruta turística son los siguientes.	
Capacidad mínima	4 turistas
Capacidad máxima	12 turistas

Fuente: Elaboración propia



CAPACIDAD POR GUIA

Se contará de tres días, o dependiendo de la cantidad de personas.

Cada guía tiene a su disposición como máximo 12 personas.

Capacidad mínima	2 turistas
Capacidad máxima	12 turistas

Fuente: Elaboración propia

CAPACIDAD POR TRANSPORTE

En el servicio de transporte, en este caso el traslado en la lancha en una lancha con una capacidad de 20 personas, el mínimo sería de 8 turistas y máximo de 20 turistas.

Capacidad mínima	8 turistas
Capacidad máxima	20 turistas

Fuente: Elaboración propia

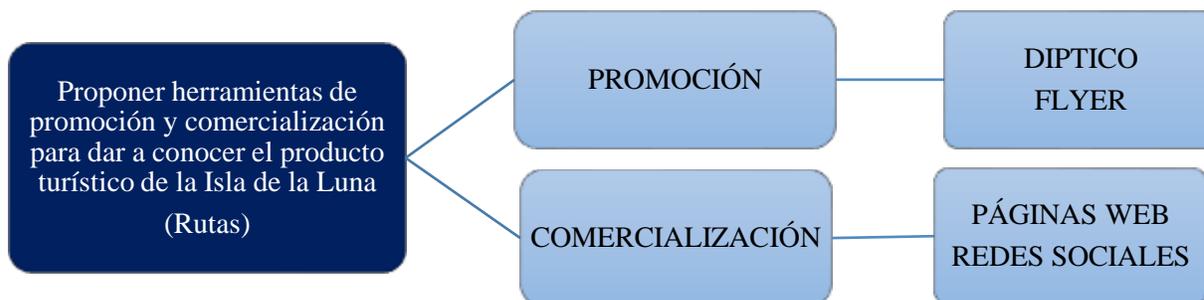


6.3.4.15.7 PRESUPUESTO REFERENCIAL

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ELABORACIÓN SAUNA			
Ventanas	2	150	300
Maderas (cedro)			9586
Puerta	1	300	300
Rocas lava	5	25	125
Vidrio aislante	2	80	160
cubo de madera para sauna	1	260	260
Cazo de madera	1	119	119
Termómetro	1	105	105
Hidrogeno y reloj de arena	1	945	945
TOTAL			11900
REFACCION PANELES INFORMATIVOS Y SEÑALETICA			
Lamina de plástico	7	150	1050
Pintura	1	250	250
Brocha	1	20	20
TOTAL			1,320
COSTO TOTAL			13,220

Fuente: Elaboración propia

6.4 PROPUESTA 3: HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN PARA LAS DOS RUTAS TURÍSTICAS





6.4.1 OBJETIVO

Proponer herramientas de promoción y comercialización para dar a conocer el producto turístico de la Isla de la Luna.

6.4.2 JUSTIFICACIÓN

La comercialización asegura el éxito del producto turístico, nos permite definir nuestro mercado y como llegar a él, además de posicionarnos como un producto de calidad, es por ello que se considera importante el desarrollo de la propuesta, ya que nos permitirá definir las estrategias con las cuales se asegurará la aceptación del producto turístico en el mercado.

Para dirigir el producto turístico hacia el objetivo mencionado, es fundamental utilizar herramientas promocionales adecuadas que destacan el enfoque en el turismo místico y vivencial de la Isla de la Luna. Además, asegura el interés y apoyo de los actores involucrados, tanto directa como indirectamente, y desarrolla estrategias de promoción específicas para llegar a tu público objetivo interesado en estas experiencias únicas.

6.4.3 METAS E INDICADORES

- Aumentar la visibilidad mediante estrategias de promoción de la Isla de la Luna como un destino atractivo para los viajeros interesados en el turismo místico y el turismo vivencial.
- Disponer de los materiales audiovisuales de promoción de las rutas turísticas prevista. a promover antes de la ejecución del proyecto en la Isla de la luna.
- Lograr que los visitantes nacionales e internacionales, conozcan este destino como algo más que un lugar para el turismo comunitario. Se busca promocionar la Isla de la Luna como un destino de turismo místico y el turismo vivencial a través de spots



promocionales. El plazo establecido para alcanzar este objetivo es de cinco meses desde el inicio del proyecto.

- Promover y dar a conocer los rituales, ceremonias, tradiciones y cultura de la Isla de la Luna como parte del producto turístico. A través de la demanda y participación de los visitantes en actividades de rituales y ceremonias tradicionales, como resultado de la promoción del producto mediante la ruta turística.

6.4.4 DESARROLLO DE LA PROPUESTA 3

6.4.4.1 PROPUESTA DE LA IMAGEN CORPORATIVA

El diseño de la marca corporativa se realiza a través de las características que es necesariamente resaltar todos los aspectos relevantes:

6.4.4.2 IMAGEN CORPORATIVA



La imagen corporativa se basa en una recopilación de distintos aspectos naturales y culturales presentes en la Isla de la Luna, ubicada en el lago Titicaca. El diseño se enmarca dentro de la cruz andina, que simboliza la conexión entre la tierra y el cosmos, reflejando la espiritualidad y la energía que se vive en este lugar sagrado.

En el lado izquierdo del diseño, se representa la Luna, que es una identidad y nombre característico de la Isla. La Luna tiene una gran importancia en la cosmovisión andina y en la cultura local. Su presencia en la imagen corporativa refuerza la conexión con la espiritualidad, la feminidad y los ciclos naturales.



El diseño busca transmitir la esencia de la Isla de la Luna y su energía espiritual a través de la representación de la cruz andina y la presencia de la Luna. Se busca evocar la belleza natural de la isla, su rica historia cultural y su conexión con la espiritualidad.

El uso de colores y elementos visuales relacionados con la naturaleza y la espiritualidad ayudan a crear una identidad visual coherente y atractiva. La tipografía utilizada puede ser elegante y estilizada, transmitiendo una sensación de armonía y serenidad.

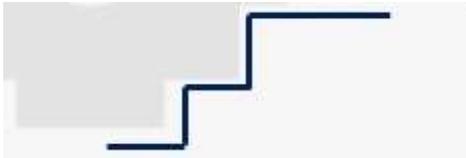
La imagen corporativa se inspira en la Isla de la Luna y su conexión con la naturaleza, la espiritualidad y la cultura andina. El diseño utiliza la cruz andina y la representación de la Luna para transmitir la energía espiritual y la identidad única de este lugar sagrado.

DESCRIPCIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA	
	<p>CRUZ CHACANA:</p> <p>La cruz chacana es un símbolo sagrado de la cosmovisión andina que representa la interconexión entre el ser humano, la naturaleza y el universo. Su significado trasciende lo espiritual y abarca aspectos de equilibrio, armonía y protección.</p>
<p>ISLA DE LA LUNA</p>	<p>LETRA ARIAL BLACK 29</p> <p>Es importante considerar cómo se integrará con otros elementos visuales y si refleja adecuadamente la identidad y el mensaje que se desea transmitir.</p>



	<p>Robustez y autoridad: Arial Black es una tipografía de aspecto sólido y audaz. Su grosor y peso le otorgan una apariencia fuerte y confiable, lo cual puede reflejar una sensación de autoridad y solidez en la imagen corporativa.</p> <p>Legibilidad: Con un tamaño de fuente de 29, Arial Black debería proporcionar una buena legibilidad,. Esto le brinda una apariencia buena, lo cual puede ser apropiado para transmitir la imagen.</p>
	<p>Luna: La luna en el turismo místico y vivencial simboliza la espiritualidad, los ciclos naturales y la transformación, así como la intuición y la sabiduría interior. Representa la conexión con lo divino, la búsqueda espiritual, el cambio personal, la conexión con los ciclos naturales y la exploración de la intuición y el autoconocimiento.</p>
<p>SIENTE LA ENERGÍA ESPIRITUAL</p>	<p>Letra: Bahnschrift Light 16</p> <p>Bahnschrift Light es una tipografía moderna y legible que ofrece una apariencia elegante y sofisticada. Con un tamaño de fuente de 16, el texto será lo suficientemente legible para transmitir el mensaje de "Siente la energía espiritual"</p>
	<p>Escalera- Sendero</p>



	<p>El Warmi Thaki es un sendero sagrado que se encuentra en el Ñiñak Uyu, el templo de las vírgenes en la Isla de la Luna. Esta ruta representa un recorrido lleno de significado, simbolizando el viaje interior hacia el empoderamiento femenino, la conexión con la naturaleza y la búsqueda de la sabiduría ancestral.</p> <p>Este sendero significa que los viajeros se sumergen en la energía espiritual del lugar, conectándose con la historia y la cosmovisión andina.</p>
---	---

6.4.4.3 MATERIAL PROMOCIONAL

Gráfico 22 Página web – Morfología





a) Responsables del diseño de la página y del diseño gráfico

Se ve necesario contar con el siguiente personal:

- Desarrollador Web
- Técnico Desarrollador Web
- Diseñador Gráfico.

b) Alojamiento (hosting)

El análisis se ha basado en implementar la página web utilizando una tecnología que permita ir acorde a los requerimientos de la ruta turística, por ello se realizó una comparativa de las ventajas y desventajas de cada tipo de tecnología de las que dispone.

c) Administración y/o Mantenimiento (Gestión del sitio)

La administración estará a cargo de personal experto en páginas web, y en coordinación con personal de diseño y proveedores de contenido.

d) Presupuesto

Basado en el servicio de Alojamiento Web, se determinará los costos de implementación la página web. El proyecto tiene una vida útil de 3 años, se determinó este periodo de vida útil debido al constante desarrollo que presentan las tecnologías. La Página web planteada en este proyecto consta de código de programación, lo que indica que para determinar un costo aproximado se deberá obtener el costo del desarrollo del software.

e) Costos del desarrollo de software mediante el modelo COCOMO

Como se mencionó anteriormente, para determinar el costo del desarrollo del proyecto con respecto al esfuerzo se utilizará el modelo COCOMO (Modelo Constructivo de Costos).



Como este proyecto posee un reducido número de líneas de código, las constantes determinadas por el modelo COCOMO, que engloba a este proyecto serán las correspondientes al modelo Orgánico:

$$1. \quad a = 2.40 \qquad b = 1.05 \qquad c = 2.50 \qquad d = 0.38$$

A continuación, se muestra en la Tabla 5 el número de líneas aproximadas de programación, estos valores son rescatados del prototipo.

Tabla 26 Costo del desarrollo del proyecto

Fase	Personal	Tiempo (mes)	Sueldo (Bs)	TOTAL (Bs)
Diseñador	1	1	2300	2300
Costo Total (Bs)				2300

Fuente: Elaboración propia.

El costo del desarrollo de la página web es de aproximadamente 2300 bolivianos en un lapso de tiempo de 2 meses, disponiendo de una persona. El sueldo sugerido está basado en un documento base de contratación de la página web <http://www.sicoes.gob.bo> con CUCE: 18-1201-00-828528-1-1. El cual hace referencia a la contratación de un consultor experto en ingeniería de software y sistemas.

6.4.4.4 PROMOCIÓN

La promoción de la Asociación de Turismo Comunitario Warmi Thakhi en la comunidad Coati de la Isla de la Luna.

→ **Publicidad**



Para la presentación del emprendimiento en los medios: canales como televisión, radio, prensa, Internet, material impreso, etc.

→ **Presupuesto**

Gráfico 23 Presupuesto

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SOUVERIS			
Gorras	300	20	6000 Bs
Bordado de gorras	300	10	310 Bs
Bolígrafos	300	7	2100 Bs
TOTAL			8,410 Bs

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 27: Presupuesto de herramientas de comercialización y promoción

PRESUPUESTO DE HERRAMIENTAS DE COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN (Expresado en bolivianos)	
Diseño de Dípticos	400
Dípticos (1000 dípticos a full color tamaño carta en couche de 115 grs.)	550
Bordado (gorras) por 300 unidades	3000
Estampado en bolígrafo por 300 unidades	900
Diseño de página web	7000
Web hosting /año	350



Mantenimiento y actualización/1 año	700
Posicionamiento/mes	200
TOTAL	13,100 Bs

Fuente: Elaboración Propia

6.4.4.5 IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

Plan de Negocios de Asociación de Turismo Comunitario Warmi Thakhi en la comunidad Coati de la Isla de la Luna.

→ Estructura institucional Operativa

Es la capacidad de la institución no solo de llevar adelante el proyecto sino también de arbitrar los medios y recursos para hacerlo sostenible en el tiempo. Las acciones más sobresalientes son las siguientes:

- Búsqueda de apoyo del sector público
- Búsqueda de alianzas con el sector privado
- Búsqueda de alianzas con la comunidad

5.6.1.1 CRONOGRAMA

En función a lo mencionado, las Actividades desarrolladas según lo expuesto, se presenta el cronograma tentativo de ejecución de la PAGINA WEB.



6.4.4.7 DISEÑO

El díptico tendrá tres partes: el anverso, parte central y el reverso, cada una de las cuales tendrá una descripción diferente sobre las rutas dos rutas turísticas Mística -Vivencial.

Material de publicidad

IDIOMAS	FORMATO	TAMAÑO	COLORES
De acuerdo con la demanda potencial se propone que los folletos sean impresos en idioma español e inglés.	Tipos de texto utilizadas: Poppins Eyesome Script League Spartan	El tamaño del tríptico es el siguiente: A5: 14CM X 21CM	Los colores que se utilizan serán: Azul Celeste Lila Blanco Amarillo
RESPONSABLES DE DISTRIBUCIÓN	IMAGEN CORPORATIVA	RESPONSABLE DEL CONTENIDO Y DEL DISEÑO	LUGARES DE DISTRIBUCIÓN
Guías acompañante, guías locales	La imagen corporativa estará plasmada dentro en el díptico	Es a cargo de los guías	<ul style="list-style-type: none">• Agencias de viajes• Dirección de turismo y municipios• Instituciones públicas y privadas
CONTENIDO			
<ul style="list-style-type: none">✓ Información de las actividades a desarrollar✓ Fotografías de los atractivos turísticos de Coati✓ Fotografía de actividades de turismo vivencial✓ Mapa turístico de la comunidad Coati✓ Mapa de las rutas turísticas✓ Contactos y dirección en las redes sociales✓ Descripción de lo que se verá en las rutas			

Fuente: Elaboración propia



6.4.4.8 DESCRIPCIÓN DEL DÍPTICO

Figura: Díptico para las dos rutas de turismo Místico y turismo Vivencial

ANVERSO





REVERSO



DURACIÓN: 3 DÍAS - 2 NOCHES

DÍA 1 RUTA DE TURISMO VIVENCIAL

- Bienvenida con música autóctona
- Almuerzo Apthapi
- Caminata a los cultivos
- Visita a familias de la comunidad
- Visita a los criaderos
- Preparar cena
- Cena y fogata



DÍA 1 RUTA DE TURISMO MISTICO

- Visita a la Capilla
- Caminata al Cementerio General
- Caminata a la playa de la Sanación, baño de planta medicinal
- Caminata del camino a la serpiente visita al calvario
- Caminata "Warmi Thakhi"
- Visita a las ruinas del Inak Uyu - Ceremonia de ritual andino en el Inak Uyu



Conoce la Isla de la Luna

Siente la energía espiritual

Siente la energía espiritual



6.4.4.9 DESCRIPCIÓN DEL FLYER



Se realizarán flyer para difundir las rutas turísticas, los cuales serán repartidos en la ciudad de La paz, el Alto y el Municipio de Copacabana y por medios digitales.

En los flyer está la descripción de las rutas, las actividades que se realizara, fotos, y el precio.

6.4.4.10 SOUVENIR

Los souvenirs que son objetos que sirven de recuerdos de un lugar que se va a visitar, en este caso recuerditos de la isla de la luna y de las experiencias vividas en el lugar.

En este caso los recuerditos serán gorras con el logo bordado en la parte superior, también se obsequiará bolígrafos con el respectivo logo serigrafiado.



	<p>DESCRIPCIÓN:</p> <p>Gorra blanca, lleva bordado el logotipo en la parte frontal de la gorra.</p>
	
	

Fuente: Elaboración propia.

6.4.4.11 REDES SOCIALES

Objetivo

Difundir las rutas turísticas denominadas "Siente la energía espiritual" por medio de las redes sociales a través de los influencers, personas con alto contenido de visita a sitios turísticos y muestra de nuestro patrimonio cultural y natural.



Justificación:

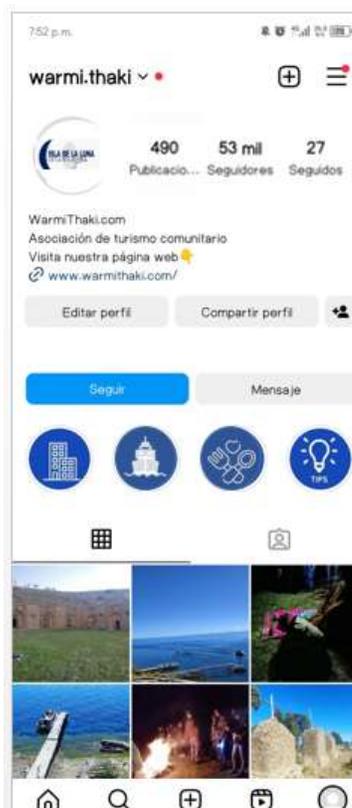
La colaboración de influencers en la promoción de las dos rutas turísticas en la Isla de la Luna presenta varias ventajas y beneficios significativos. A continuación, se justifica la colaboración de influencers en esta estrategia:

- **Alcance y visibilidad:** Los influencers tienen una base de seguidores leales y comprometidos en las redes sociales. Al colaborar con ellos, se puede aprovechar su alcance para aumentar la visibilidad de la ruta turística en la Isla de la Luna. Sus publicaciones y recomendaciones permiten llegar a una audiencia más amplia y generar interés en el destino.
- **Credibilidad y confianza:** Los influencers se han ganado la confianza de sus seguidores a través de su contenido auténtico y honesto. Sus seguidores valoran sus recomendaciones y consideran que su opinión es confiable. Al asociar la ruta turística con influencers reconocidos y respetados, se crea una mayor credibilidad y se establece un vínculo de confianza con la audiencia.
- **Experiencias auténticas:** Los influencers tienen la capacidad de vivir y compartir experiencias auténticas en la Isla de la Luna. Su contenido visual atractivo, combinado con narrativas personales, permite transmitir la esencia y el encanto del destino de una manera genuina. Esto ayudará a despertar el interés de la audiencia y a generar una conexión emocional con el lugar.
- **Segmentación de audiencia:** Los influencers tienen la capacidad de segmentar y dirigir su contenido hacia audiencias específicas. Al seleccionar influencers relevantes para las rutas turísticas en la Isla de la Luna, se puede llegar a un público que esté interesado en temas de turismo, historia, cultura o misticismo. Esto asegura que el mensaje llegue a personas con una mayor probabilidad de estar interesadas en visitar el destino.



6.4.4.12 MEDIOS DE PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES

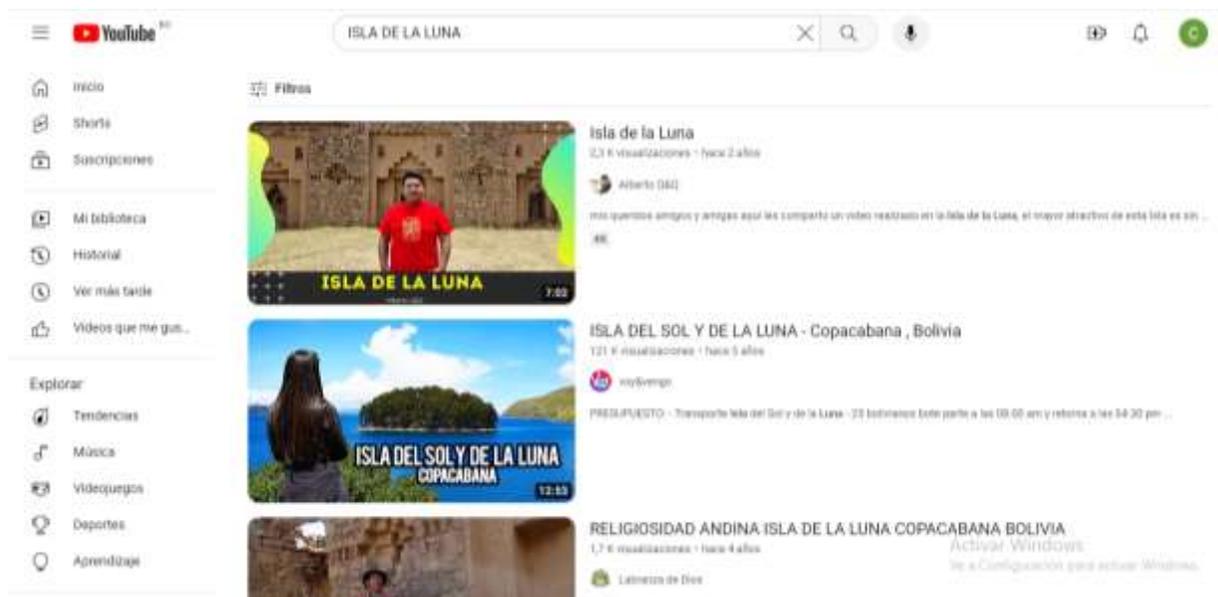
- **Instagram:** Comparte fotos y videos atractivos de la Isla de la Luna, resaltando sus paisajes y actividades únicas. Utiliza hashtags relevantes y etiquetas de ubicación para aumentar la visibilidad. Se creará una cuenta de empresa ya que por medio de los influencers llegaremos a muchas personas.



- **Facebook:** Crea una página de Facebook para tu negocio y comparte contenido interesante sobre la Isla de la Luna, como artículos, videos y testimonios de clientes satisfechos. Utiliza la función de publicidad de Facebook para llegar a una audiencia específica.



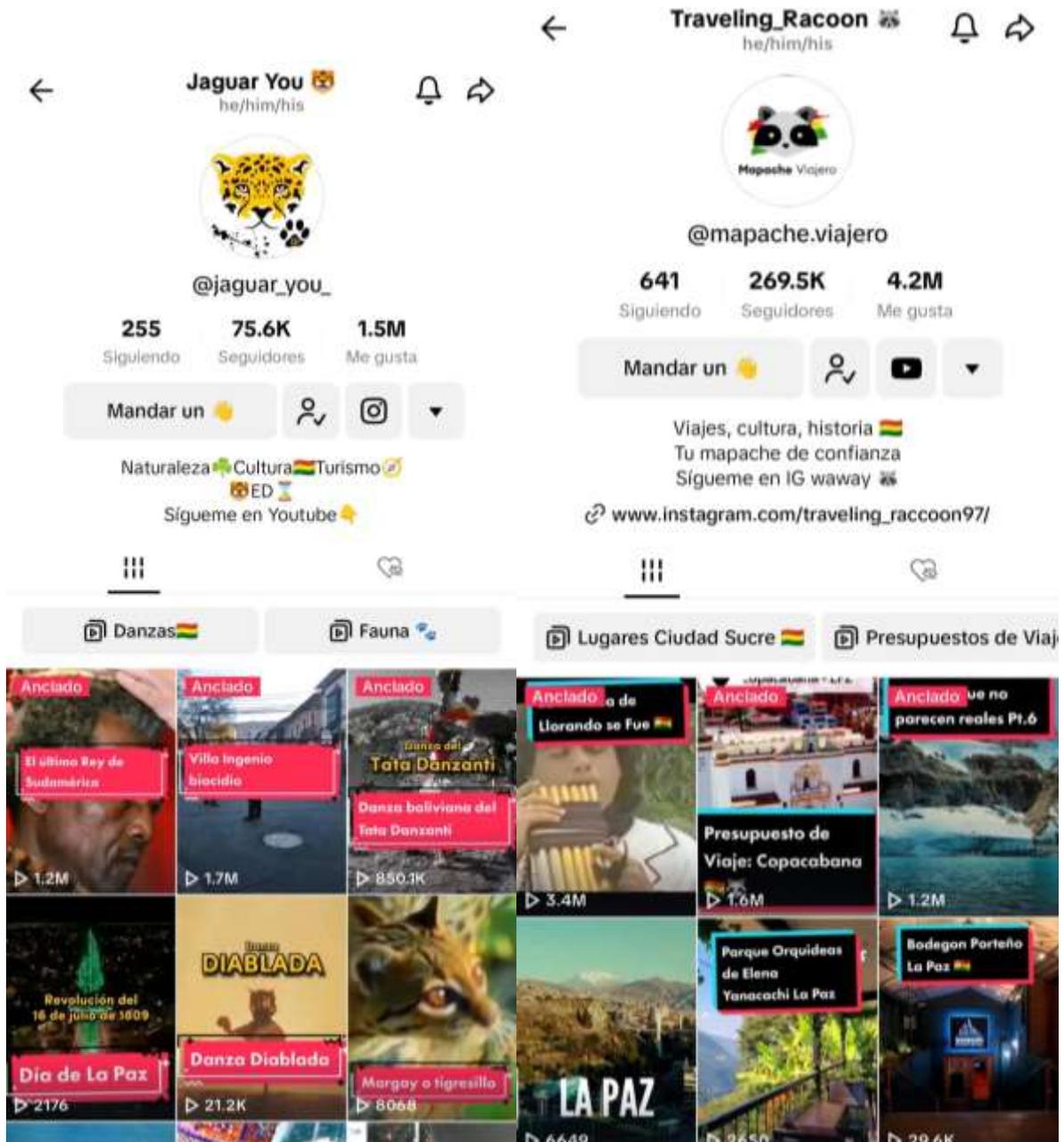
- **YouTube:** Se creará un canal de YouTube para la empresa y se subirá videos de experiencias vividas de la Isla de la Luna además que muestren los aspectos destacados de nuestro paquete turístico, incluyendo visitas a sitios arqueológicos y actividades culturales. Incluye entrevistas con expertos locales.





- **Tik Tok:** Crea videos cortos y entretenidos que muestren los aspectos destacados del paquete turístico. Utilizaremos efectos especiales, y participar en desafíos populares y colaboración con influencers relevantes mediante un intercambio de servicios.

6.4.4.13 INFLUENCERS CON CONTENIDO TURÍSTICO





5.6.1.2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

ACTIVIDADES	MES 1	MES 2	MES 3
Diseño del logo	■		
Diseño de página web		■	
Diseño del material de promoción		■	
Compra de gorras y bolígrafos para los suvenires	■		
Estampado de gorras y bolígrafos para los suvenires		■	

Fuente: Elaboración propia.

6.4.4.14 PRESUPUESTO REFERENCIAL

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Página web	1	1500	1,500 Bs
Diseño del díptico	1	500	500 Bs
Impresión de dípticos	500	0.80	400 Bs
SOUVERIS			
Gorras	300	15	4,500 Bs
Bordado de gorras	300	5	1,500
Bolígrafos estampados	300	3	900 Bs
TOTAL			9,300 Bs

Fuente: Elaboración propia

El presupuesto total para invertir en los materiales de promoción y comercialización del producto es de 9,300.- (NUEVE MIL TRESCIENTOS 00/100 BOLIVIANOS)



CAPÍTULO VII

COSTOS Y PRESUPUESTOS



7 EVALUACIÓN ECONÓMICA

Fundamentado en todos los presupuestos que se han presentado a lo largo del desarrollo de todo el proyecto, se obtiene la siguiente información:

7.1 PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO

PRESUPUESTO TOTAL	
Diseño de la ruta “Vivencial”	473
Diseño de la ruta “Mística”	4200
Sensibilización ambiental para las rutas turísticas	1550
Gestión Turística	13220
Herramientas de comercialización y promoción	13,100
TOTAL	32,543 Bs

Fuente: Elaboración propia

El costo total para la implementación del proyecto de la ruta “Mística y Vivencial” en la comunidad de Coati de la Isla de la Luna es de Bs. **32,543** (Treinta y dos mil, quinientos cuarenta y tres con cero centavos 00/100 bolivianos).



CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO

TAREA	DURACIÓN	AÑO							
		MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8
Propuesta 1: Diseño de la ruta turística Mística y Vivencial									
Compra de materiales para la Ruta Turística	1 mes								
Diseño de la ruta Mística									
Compra de materiales para la Ruta Turística	2 mes								
Propuesta 2: Gestión Turística									
Elaboración del Sauna ecológica	3 meses								
Refacción paneles informativos y señalética	2 meses								
Capacitaciones	2 meses								
Compra de materiales	1 mes								



Propuesta 3 : Promoción									
Elaboración e implementación de promoción Turística	3 meses								

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro anterior, se puede observar el cronograma de la implementación del proyecto, en el cual esta descrito cada etapa y su tiempo de duración.

7.2 ANÁLISIS FINANCIERO

7.2.1 COSTOS FIJOS DE UN DÍA DE FUNCIONAMIENTO CON LA RUTA DE TURISMO VIVENCIAL

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Músicos	6	100	600
Lancha “Pachamama” Copacabana- Coati	1	360	360
Guía	1	100	100
Hospedaje	12	80	960



Bus (la paz- Copacabana)	12	25	300
TOTAL			2320

Fuente: Elaboración propia

7.2.2 COSTOS FIJOS DE UN DÍA DE FUNCIONAMIENTO CON LA RUTA DE TURISMO MÍSTICO

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Entrada al Ñiñak Uyu	12	5	60
Lancha “Pachamama” Coati- Copacabana	1	360	360
Guía	1	100	100
Chaman	1	100	100
Hospedaje	12	80	960
Bus (Copacabana- La paz)	12	50	600
TOTAL			2080



La capacidad máxima de la ruta turística es de 12 personas, sin contar con el guía turístico, por el cual el costo fijo está calculado por día de funcionamiento para 12 personas.

7.2.3 COSTOS VARIABLES PROYECTADOS POR UN DIA DE FUNCIONAMIENTO CON LA RUTA DE TURISMO VIVENCIAL

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Souvenir	12	40	480
Desayuno	12	10	120
Almuerzo (Apthapi)	12	55	660
Refrigerio	12	10	120
Cena	12	15	180
TOTAL			1,560

Fuente: Elaboración propia

7.2.4 COSTOS VARIABLES PROYECTADOS POR UN DIA DE FUNCIONAMIENTO CON LA RUTA DE TURISMO MÍSTICO

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Desayuno	12	10	120
Almuerzo	12	55	660



Refrigerio	12	10	120
Cena	12	15	180
TOTAL			1080

Fuente: Elaboración propia

7.2.5 COSTOS TOTALES POR PAQUETE

COSTO	TOTAL	POR PAX
COSTO FIJO DE LA RUTA VIVENCIAL	2320	193.3
COSTO FIJO DE LA RUTA MÍSTICA	2080	173,33
COSTO VARIABLE DE LA RUTA VIVENCIAL	1560	130
COSTO VARIABLE DE LA RUTA MÍSTICA	1080	90
TOTAL	7040	586.63

Fuente: Elaboración propia

7.3 PRECIO DE VENTA DE LA RUTA TURÍSTICA “MÍSTICA Y VIVENCIAL”

Los precios de los pasajeros de la ruta turística se calculan de las siguientes maneras:

A. PRECIO DE VENTA SEGÚN MARGEN DE GANANCIA:

Se utiliza la siguiente fórmula:



PRECIO DE VENTA SIN FACTURA

PRECIO DE VENTA = COSTE/ (1-%MARGEN)

PV=587/ (1-19%)

PV=587/0,81= 725 Bs

El precio de la venta del paquete de la ruta turística por pasajero es de **725 Bs**.

B: PRECIO DE VENTA CON FACTURA:

PRECIO DE VENTA FACTURADO= PV/1-Impuestos (Debito fiscal e Impuesto a las transacciones)

PVF=725/1-15%

PVF=725/1-0,15

PVF=725/0,85=853 Bs

El precio de venta por paquete con factura, a este añadido el impuesto es de 469 Bs.

C: PRECIO EN AGENCIAS DE VIAJE Y OTROS PUNTOS DE PROMOCIÓN:

El precio de venta para agencias de viaje que venderán y también promocionaran el producto turístico tiene un incremento del 10%, según lo acordado con ellos.

PAV=PV+10%

PAV= 725+72.5

PAV = 797.5 Bs

PAV= PVF+10%

PAV=853+85.3

PAV = 938.3 Bs



CAPÍTULO VIII:

CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES



8 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 CONCLUSIONES

En conclusión, se logrará mejorar el desarrollo de la actividad turística mediante el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales de la Isla de la Luna, cumpliendo con los objetivos generales y específicos planteados.

Respecto al objetivo 1 “*Diseño de las rutas turísticas mística y vivencial*” se ha cumplido con el diseño de las rutas de turismo místico y vivencial en la comunidad de Coati por lo que permitirá ampliar la permanencia de los turistas en la Isla de la Luna a más de un día, las rutas permitirán la visita a atractivos turísticos poco concurridos facilitando una exploración más profunda de sus recursos naturales y culturales. Esto ayudará a generar mayores ingresos para los prestadores de servicios turísticos locales y contribuirá al desarrollo económico sostenible de la comunidad.

Por otro lado, respecto al objetivo 2 “*Desarrollar herramientas de gestión turística para las rutas*” El proyecto también desarrollará herramientas de gestión turística sostenible para asegurar una operación adecuada y responsable, contribuyendo a la conservación y mantenimiento, a su vez se incorporará la implementación de una sauna ecológica, que borda tanto los aspectos económicos como culturales y medioambientales. Esto ayuda a garantizar un desarrollo equilibrado a largo plazo, la comunidad se beneficiará económicamente con la creación de empleos, y culturalmente al revalorizar sus tradiciones y rituales ancestrales. En conjunto, estas acciones fortalecerán la identidad cultural de Coati y promoverán un turismo sostenible que respete y preserve su patrimonio.



Finalmente con respecto al objetivo 3 *“Proponer herramientas de promoción y comercialización”* se ha cumplido con las herramientas de promoción, la Isla de la Luna será promocionada efectivamente a través de redes sociales, como páginas web, Instagram, tik tok (intercambio de servicios), Facebook, dípticos, flyer y otros medios, incrementando la visibilidad del destino y atrayendo a un mayor número de visitantes.

Las rutas de turismo místico y vivencial ofrecerán experiencias únicas, la cosmovisión y los saberes ancestrales, enriqueciendo la experiencia turística y fomentando el respeto y la revalorización de la cultura local.

8.2 RECOMENDACIONES

El turismo en la Isla, para garantizar un desarrollo turístico eficaz, se recomienda que los pobladores trabajen de manera coordinada con el sector público (Municipio de Copacabana), y como el sector privado.

Tras llevar a cabo un diagnóstico y trabajo de campo, se han identificado una serie de ideas, que no fueron incluidas en el proyecto de grado, La Isla tiene recursos naturales y culturales y un gran potencial para futuros proyectos de desarrollo turístico maximizando así el aprovechamiento de los recursos disponibles y garantizando la participación activa y el compromiso de la comunidad local. Para ello se recomienda lo siguiente:

- Participar en proyectos de alianzas estratégicas con empresas que ofrecen servicios relacionados con el turismo para prolongar la estadía de los turistas.
- Para atraer más visitantes, se debería implementar proyectos creativos, novedosos y nuevos para aumentar la demanda en la Isla de la Luna, este como consecuencia tendrá más aumento de visitantes y mejores ingresos económicos para la comunidad.



- Implementar programas de formación en gestión turística y conservación del patrimonio
- Realizar campañas de sensibilización sobre el cuidado del medio ambiente dirigido a la comunidad local.
- Realizar cursos de capacitación sobre el mantenimiento adecuado de los atractivos turísticos dirigido a los actores involucrados.
- La comunidad local debe actualizarse en cuanto al uso de las redes sociales colaboraciones con agencias de viajes y otros medios para llegar a diferentes públicos.
- Realizar fichas de inventariarían de los atractivos turísticos de la Isla de la Luna
- Realizar un plan de desarrollo turístico en la Isla para programas y proyectos que se implementarán más adelante.



9 BIBLIOGRAFÍA

- Bolivia Emprende. (29 de Marzo de 2021). Turismo Comunitario en la Región Lago Titicaca. Recuperado el 17 de Mayo de 2023, de <https://boliviaemprende.com/noticias/turismo-comunitario-en-la-region-del-lago-titicaca/>
- Bolivia.com. (2015). *Isla de la Luna un lugar sagrado y místico en el Lago Titicaca*. Obtenido de <https://www.bolivia.com/turismo/lugares/isla-luna-titicaca-sagrado-mistico-79167>
- Buhalis D, y. C. (2006). *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry*. Obtenido de <https://www.perlego.com/book/1625971/tourism-business-frontiers-pdf>
- Buhalis, D. &. (2006). *Costumers,products and industry*. En D. B. Costa, *Tourism business frontiers* (pág. 296).
- Cáceres, R. (1996). *La investigación cuantitativa*. Santiago de Chile: Universidad Católica de Chile.
- Callisaya, J. C. (2021). Fauna de peces en la Isla del Sol y la Luna, Lago Titicaca. *Bolivia Check List*, 17(1), 47-58.
- CICATUR. (1983). *Conclusiones de la Conferencia Interamericana de Ciudades Turísticas*. México.
- CODESPA. (2017). Integración regional a través del turismo Comunitario en Latinoamérica. En F. CODESPA, *"Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Municipio de Copacabana"* (1ra ed.). Recuperado el 2024 de Marzo de 2024, de <https://www.codespa.org/app/uploads/rutas-integracion-regional-a-traves-del-turismo-rural-comunitario-en-latinoamerica.pdf>
- Cooper, C. F. (2005). *Turismo principios y práctica*. *Pearson Education*. Obtenido de <https://www.amazon.com/Turismo-Principios-Practica-Charles-Cooper/dp/9702606747>
- DAPRO. (2020). Informe Estadístico del Municipio de Copacabana. Obtenido de https://siip.produccion.gob.bo/noticias/files/BI_27092020313d1_Copacabana.pdf



- De la Riva, I., & Burrowes, R. (2020). *Desarrollo de Proyecto ecoturístico de la Isla de La Luna Municipio de Copacabana*. Universidad Católica San Pablo.
- Estado Plurinacional de Bolivia. (07 de febrero de 2009). Nueva Constitución Política del Estado. pág. 160. Obtenido de http://www.planificacion.gob.bo/uploads/marco-legal/nueva_constitucion_politica_del_estado.pdf
- Estado Plurinacional de Bolivia. (2010). *Ley N° 031 Ley Marco de Autonomías y Descentralización "Andrés Babiñez"*. Obtenido de <https://www.lexivox.org/norms/BO-L-031.html>
- Estado Plurinacional de Bolivia. (2012). *Ley General de Turismo N° 292 "Bolivia te Espera" Promulgado el 25 de septiembre de 2012*. Obtenido de https://sea.gob.bo/digesto/CompendioII/K/83_L_292.pdf
- Estado Plurinacional de Bolivia. (1992). *Ley N° 1333 Ley del Medio Ambiente*. Obtenido de <https://www.lexivox.org/norms/BO-L-1333.html>
- Estado Plurinacional de Bolivia. (2014). *Ley del Patrimonio Cultural N° 530 "Promulgado el 23 de Mayo de 2014"*. Obtenido de https://sea.gob.bo/digesto/CompendioII/E/34_L_530.pdf
- FAO. (s.f.). *División de Pesca y Acuicultura*. Obtenido de https://firms.fao.org/fi/website/FIRetrieveAction.do?dom=countrysector&xml=naso_bolivia.xml&lang=es
- Federación de Asociaciones Municipales de Bolivia. (s.f.). *Sistemas Económicos Locales*. Obtenido de <https://sistemaseconomicoslocales.fam.org.bo/#1>
- GADP-La Paz. (2013). Informe de diagnóstico de la situación económica, social y cultural de la Comunidad Isla de la Luna. *Gobierno Autónomo Departamental de La Paz-Bolivia*.
- GAM- Copacabana, . (2020). *Plan de Desarrollo Copacabana con seguridad 2020-2023*. Obtenido de <https://www.copacabana.gov.co/MiMunicipio/ProgramadeGobierno/Plan%20de%20Desarrollo%20Copacabana%20con%20Seguridad%202020%202023.pdf>
- GAM-Copacabana. (2016). Plan de Desarrollo Integral Para Vivir Bien (PDTI). En G. A. Copacabana.



- García, A. (2021). *Turismo Vivencial : Una experiencia enriquecedora de inmersión cultural y participación activa*. Journal of Experimental Tourism Pag. 37-123-145.
- González-Betancourt, M. A., Marzal, M. A., & Vila, J. (2017). Revisión Documental Técnica de Investigación. *Hospital de Niños de Buenos Aires*, 59(2),80-85.
- Gutierrez J. (2006). La gestión turística y su incidencia en la actividad turística. *Universidad de las Américas*, 1(7),50-58.
- Gutiérrez, M., & Ticona. (2015). Turismo vivencial en Coati: ana alternativa en la Isla de la Luna. *Revista Científica de Turismo y Desarrollo Local Sostenible*, 8 (2) -21-12.
- Huayhua, W. (s.f.). Koya Raymi, fiesta de la fertilidad y la siembra en la Isla de la Luna. Obtenido de <https://abyayala.tv.bo/koya-raymi-fiesta-de-la-fertilidad-y-la-siembra-en-las-isla-de-la-luna/>
- INE. (2012). *Resultados censales por área geográfica Provincia Manco Kapac*. La Paz, Bolivia. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística.
- INE. (2020). *Estadísticas de Educación*. La Paz -Bolivia. Obtenido de <https://www.ine.gob.bo/index.php/estadisticas-de-educacion/>
- INE. (2020). *Población por Municipios áreas urbanas y rurales*. La Paz- Bolivia. Obtenido de <https://www.ine.gob.bo/index.php/demograficas-y-sociales/poblacion-y-demografia/poblacion-por-municipios-areas-urbanas-y-rurales>
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2003). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Prentice Hall.
- LA PRENSA. (15 de Abril de 2019). La contaminación y la caza son sus principales enemigos. *Isla boliviana busca proteger a la rana del Titicaca*. Obtenido de <https://jornada.com.bo/la-isla-de-la-luna-quiere-convertirse-en-santuario-para-la-rana-del-titicaca/>
- Llopis, J. (2022). "Camino del Colibri" Vuelve a visitar la Isla de La Luna. Recuperado el 10 de Mayo de 2023, de La Razón: <https://www.la-razon.com/cultura/2022/02/17/el-camino-del-colibri-vuelve-a-visitar-la-isla-de-la-luna-en-mayo/>



- López, M. L. P., & Soto, J. S. C. (2017). La Estrategía Metológica. *Universidad Católica del Alto*, (51) 1-14. Obtenido de <https://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/1022/967ç>
- Luna Travel Bolivia. (2021). *Isla de la Luna Lake Titicaca*. Obtenido de <https://www.lunatravelbolivia.com/isla-de-la-luna-lake-titicaca/>
- Mieczkowski, Z. (1955). The tourism destination product life cycle. *Journal Travel Research* Pag.33-41-45.
- Ministerio de Culturas y Turismo. (2021). *Isla de la Luna*. Obtenido de Lago Titicaca: <https://www.bolivia.travel/es/atractivo/isla-de-la-luna>
- Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. (2022). *Destinos Turísticos*. Recuperado el 14 de Mayo de 2023, de https://www.turismo.produccion.gob.bo/?page_id=4130
- Ministerio de Justicia y Transparencia Institucional. (2021). *Ficha Técnica N°1232 [Archivo pdf]*. Obtenido de <https://elecciones2021.sea.gob.bo/docs/fichas/1232.pdf>
- Ministerio de Justicia y Transparencia Institucional. (s.f). *Servicio de Empadronamiento y Auto identificación (SEA)*. Obtenido de <https://www.sea.gob.bo/>
- Ministerio de Justicia y Transparencia Institucional. (s.f.). *Fichas de Género Municipal*. Obtenido de <https://fichas.atesea.gob.bo/fichasGeneroMunicipal/buscador/>
- Ministerio de Salud y Deportes. (2009). *Ley N°459: Ley de Medicina Tradicional y Medicina natural*. Obtenido de <https://www.lexivox.org/norms/BO-L-459.xhtml>
- Molina, I.F. (2005). Turismo y desarrollo Económico. *Economía Mundial*(12-137-155). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1269357>
- Olivares, J. M. (2018). Evaluación del desempeño de la psicicultura en la Región del Lago Titicaca. *Revista Ciencia y Tecnología*, 16(2) 23-32.
- OMT. (1999). *Gestión Turística para el desarrollo del turismo de Asia y el Pacífico*. Madrid.
- OMT. (2017). *Concepto Clave del turismo*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>



- OMT. (2017). *Manual de marketing para destinos turísticos*. Madrid.
- Organización Mundial de Turismo (OMT). (2017). Conceptos claves del turismo. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>
- Perú.com. (2019). *Isla de la Luna*. Obtenido de Conoce este lugar sagrado del Lago Titicaca: <https://peru.com/viajes/con>
- RAE. (2021). *Diccionario de Lengua Española*. Recuperado el Septiembre de 2021, de <https://dle.rae.es/turista>
- Rojas, P. M. (4 de Junio de 2023). Entrevista Personal. (J. T. Carolina Orellana, Entrevistador) Recuperado el 10 de Mayo de 2023
- Servicio Nacional de Hidrografía Naval. (2013). *Datos climáticos*. Recuperado el 10 de Mayo de 2023, de https://www.dhn.mil.pe/Archivos/avilona_puno/avilonas/2013/12-2013.pdf
- Servicio Nacional de Meteorología e Hidrografía. (2021). *Reglamento para la navegación y transporte en el Lago Titicaca*. Obtenido de https://senamhi.gob.bo/index.php/pronostico_regiones
- Siete, P. (2020). *°Conozca la Historia y belleza de la Isla de la Luna*. Obtenido de <https://www.paginasiete.bo/tendencias/2020/1/18/conozca-la-historia-la-belleza-de-la-isla-de-la-luna-244864.html>
- Tiwanaku, F. (s.f.). *Isla de la Luna*. Recuperado el 06 de Mayo de 2023, de <https://www.tiwanaku.bo/contenido-turistico/isla-de-la-luna>
- Visit Bolivia. (s.f.). *Isla del Sol*. Recuperado el 10 de Mayo de 2023, de <https://visitbolivia.org/attraction/isla-del-sol/>
- Wheeller, B. (1993). *Sustaining the Tourist-Historic City: A Communication Approach*. *Tourism Management*, 14(3), 175-187.
- Yapu, E. (2021). *La Red Apthapi fomenta el turismo en la Isla del Sol y la Isla de la Luna*. Recuperado el 10 de Mayo de 2023, de La Razón: <https://www.la-razon.com/sociedad/2021/02/13/la-red-apthapi-fomenta-el-turismo-en-la-isla-del-sol-y-la-isla-de-la-luna/>



ANEXOS



**ANEXO A.
MAPA DE UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA ISLA DE LA LUNA**





ANEXO B.

FOTOGRAFÍAS DEL TRABAJO DE CAMPO EN LA ISLA DE LA LUNA



ENTREVISTAS



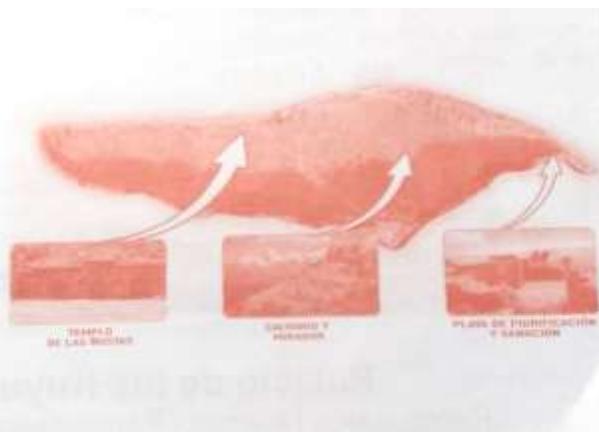


(EMBARCADERO)

(VISITA A LA COMUNIDAD)



ENTRADAS AL IÑAK UYU





ANEXO C.

CARTA DE SOLICITUD DE INFORMACIÓN PARA REALIZAR PROYECTO DE GRADO EN LA COMUNIDAD COATI-ISLA DE LA LUNA

La Paz, 2 de junio de 2023

Señor:

Porfirio Mamani Rojas
EX-PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD DE COATI

Ref.: SOLICITUD DE INFORMACION PARA REALIZAR PROYECTO DE GRADO

De nuestras consideraciones:

Reciba un cordial saludo. Por medio de la presente, solicitamos su colaboración para obtener información necesaria para la realización de nuestro PROYECTO DE GRADO. Este proyecto es elaborado por las universitarias **Carolina Orellana Salina** y **Lizeth Jacqueline Ticona Mamani**, de la Carrera de Turismo de la Universidad Mayor de San Andrés.

Solicitamos la siguiente información:

1. Información de actividades turísticas que realizan en el la Isla de la Luna, comunidad de Coati (Festividades, ferias, listado de rutas turísticas, circuitos, full day entre otros)
2. Listado de emprendimientos comunitarios que existe en la Isla de la Luna.
3. Listado de asociaciones que existe en la comunidad de Coati.
4. El número de afluencia turística en la comunidad de Coati.
5. Información sobre las actividades económicas a que se dedica la comunidad de Coati.
6. Listado de atractivos turístico existentes en la isla de la luna.
7. Listado de servicios básicos de la isla de la Luna.

Nos despedimos deseándole éxitos en sus labores que desempeña, sin más que decir esperamos su pronta respuesta.

Atentamente:

Carolina Orellana Salinas
CI:7331527-Cel: 68169759

Lizeth Jacqueline Ticona Mamani
CI: 1751259 –Cel: 69703558



COMPROBANTE DE RESPUESTA DE INFORMACIÓN BRINDADA

La Paz, 4 de junio de 2023

Señor(A):

Carolina Orellana Salinas
Lizeth Jacqueline Ticona Mamani
Univ. UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
CARRERA DE TURISMO

REF: INFORMACIÓN BRINDADA PARA PROYECTO TURÍSTICO

YO: **Porfirio Mamani Rojas** en la visita realizada en la Isla de la Luna, comunidad de Coati por las Universitarias: **Carolina Orellana Salina y Lizeth Jacqueline Ticona Mamani** de la Universidad Mayor de San Andrés-Carrera de turismo.

Es muy importante tomar en cuenta los recursos naturales y culturales de la Isla el proyecto nos ayudara a impulsar el turismo.

Doy veracidad de la información otorgada con fines académicos para el desarrollo del proyecto.

Atte:

Porfirio Mamani Rojas

CI: 5477919 LP



ANEXO D.
FICHAS TÉCNICAS DE LA ISLA DE LA LUNA

FICHA TÉCNICA 1 ANALISIS Y DIAGNOSTICO TERRITORIAL

DATOS RELEVANTES			
NOMBRE DE LA POBLACION: Isla de La Luna Comunidad de Coati			
POBLACION: 25 familias			
SITUACIÓN GEOGRÁFICA: 16°2'22.56" S, 69°4'19.56" W En decimal -16.0396°, -69.0721°			
CONDICIONES CLIMÁTICAS: Frio y seco			Min. 5°C- Máx. 20°C
HIDROGRAFÍA: Se encuentra al medio del lago Titicaca			
OROGRAFÍA: escarpada por los vientos y además por ser una isla <u>altiplánica</u> .			
PAISAJE: Lago, montañoso.			
FLORA: Presenta una variedad en vegetación nativa: cactus, paja brava, queñoa, molle, muña, manzanilla y eucalipto.			
FAUNA: Vicuña, llama, alpaca, vizcacha, gaviotas, patos.			
TIPO DE ACCESO: Lacustre			
ESTADO DE ACCESO: El acceso a la comunidad de Coati desde Copacabana es aproximadamente de 1 a 2 horas.			
Mala	Regular X	Buena	Excelente
INFRAESTRUCTURA BÁSICA: Cabe resaltar que la comunidad de Coati si cuenta con los servicios básicos como ser: agua (recolectada de lluvias y lago en tanques y pasada por filtración casera), luz solar (paneles solares) y cuenta con letrinas y sistema de recolección y eliminación de aguas grises.			
Luz X	Agua X	Saneamiento X	Telecomunicaciones X
TENDENCIA TURISTICA DEL DESTINO:			
Vivencial X	Cultural	Paisajístico x	
Místico X	Natural x	Otros x	

Fuente: Elaboración propia en base de trabajo de campo



FICHA TÉCNICA 2 ANALISIS DE LA POBLACIÓN

DATOS RELEVANTES				
Número Aproximado de la Población: 25 Familias				
Costumbres como Recursos: Cultivo de papa, haba, cebada y otros.				
Nivel de Difusión:				
Local X	Regional X	Departamenta 1	Nacional	Internacional
Danzas como Recursos:				
Nivel de Difusión: Danzas autóctonas: tarqueada,-mozeñada.				
Local X	Regional X	Departamenta 1	Nacional	Internacional
Música: Zamponada, -arqueada.				
Nivel de Difusión:				
Local X	Regional X	Departamenta 1	Nacional	Internacional
Artesanía: Manillas, collares, llaveros, moños, adornos.				
Nivel de Difusión:				
Local X	Regional X	Departamenta 1	Nacional	Internacional
Nivel Cultural de la Población				
Baja		Media	Alta X	
Religión(%): 80%				
Cristiana X	Católica X	Atea		Otros X

Fuente: Elaboración propia en base de trabajo de campo

FICHA TÉCNICA 3 RECURSOS NATURALES

DATOS RELEVANTES



GRADO DE CUMPLIMIENTO DEL MARCO LEGAL PARA LA CONSERVACIÓN Y PROTECCIÓN					
Deficiente	Eficiente			No existe	X
CATEGORIZACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS					
Deficiente	Eficiente			No existe	X
DEL ANALISIS ELEGIR AQUELLOS QUE TIENEN ELEMENTOS Y/O RASGOS IMPORTANTES					
Recursos acuáticos					
Ríos		Isla			X
Playa	X	Otros			
Recursos terrestres					
Montañas	X	Lago	X	Otros	X
Proximidad del recurso principal al centro base (km): aprox: 87km. De la ciudad de La Paz por carretera.					
Nivel de difusión del recurso principal					
Local	X	Regional	Nacional	Internacional	
Servicios / instalaciones existentes					
Ninguno	Pocos	X	Suficientes	Muchos	
Obstáculos para el desarrollo turístico:					
Falta de proyectos turísticos. Falta de categorización y jerarquización de atractivos turísticos naturales. Falta de aprovechamiento de los atractivos turísticos en actividades.					

Fuente: Elaboración Propia en base a trabajo de campo

FICHA TÉCNICA 4 RECURSOS CULTURALES

DATOS RELEVANTES



ANÁLISIS DE LOS RECURSOS CULTURALES Grado de cumplimiento del marco legal para la conservación y protección:			
Deficiente	X	Eficiente	No existe
Del análisis elegir aquellos que tienen elementos/rasgos importantes: Recursos Culturales:			
Sitios históricos	X	Calvario	X Sitios arqueológicos X
Arquitectura religiosa		Otros	X
Identificar los principales atractivos que pueden ser considerados para los turistas			
Iñak Uyu motivo principal por el cual el turista decide visitar la Isla, también el calvario			
Identificar los secundarios que pueden ser considerados atractivos para los turistas			
La comunidad, la playa de la sanación, senderos.			
Proximidad del recurso principal al centro base (km) Nivel de difusión del recurso principal:			
Local	X	Regional	X Nacional Internacional
Recursos Gastronómicos:			
Comidas Típicas	X	Recetas exclusivas	Otros X
Bebidas naturales	X	Bebidas especiales	
Nivel de Difusión:			
Local	X	Regional	Nacional Internacional
Originalidad:			
Pobre		Regular	Buena X Excelente
Originalidad de los recursos de tradicionales y costumbres:			
Pobre		Regular	Buena X Excelente
Servicios/instalaciones de apoyo existente:			
Pocos	X	Suficientes	Muchos
Obstáculos para el Desarrollo Turístico:			
Desde Copacabana hasta la Isla de la Luna es muy dificultoso en épocas de lluvia o en temporadas de otoño por el viento las olas se son altas.			



FICHA TÉCNICA 5 ACONTECIMIENTOS O EVENTOS PROGRAMADOS

DATOS RELEVANTES		
Organización y programación del evento principal		
Deficiente	Eficiente X	
La organización de las fiestas patronales		
Anual X	Semestral	Bimestral
Nivel de difusión		
Local X	Regional X	Nacional
Identificar las principales fiestas que pueden ser considerados atractivos para los turistas		
Fiesta de las Ñustas o elegidas Koya Raymi (21 de Septiembre- Anual)		

Fuente: Elaboración propia en base de trabajo de campo

FICHA TÉCNICA 6 FESTIVIDADES Y TRADICIONES

DATOS RELEVANTES			
Grado de Cumplimiento del Marco Legal para La Conservación y Protección de las festividades y tradiciones			
Eficiente	Deficiente	No Existe X	
Categorización y Jerarquización del Folklore			
Regular	Buena	Excelente	No existe X
Elementos/Rasgos Importantes las festividades y tradiciones			
La danza originaria de la comunidad Coati es la moseñada y tarqueada.			

Fuente: Elaboración propia en base de trabajo de campo



FICHA TÉCNICA 7 SERVICIOS TURISTICOS E INFRAESTRUCTURA

DATOS RELEVANTES			
OBSERVACION DEL MARCO LEGAL (categorización – construcción – funcionamiento)			
Escasa X	Regular	Buena	No Existe
Número aproximado de servicios turísticos			
Hoteles 0	Alojamientos 0	Hostales 8	
Restaurantes 0	Transporte 2	Agencias turísticas 5	
Centros de información 0	Mercados 0	Otros: X (tiendas)	
Capacidad total de alojamiento es dependiendo al hostel hasta 20 huéspedes			
Servicios secundarios:			
Casas de cambio no	Renta car no	Bares/ discotecas no	
Serv. Mecánico no	Lavandería no	Renta de equipos no	
Grado de relación y coordinación entre los operadores.			
Por la falta de oferta turística no se cuenta con servicios de centros de información habilitada, no hay restaurantes, tiendas.			

Fuente: Elaboración propia en base de trabajo de campo

FICHA TÉCNICA 8 VALORACION DE LOS RECURSOS

DATOS RELEVANTES				
Valoración del grado de calidad de acuerdo al recurso				
recurso natural (isla de la luna)				
grado de conservación	Pobre	regular X	buena	excelente
recurso cultural (tarqueada y moseñada)				
Grado de conservación	Pobre	Regular	buena X	excelente



Gestión de administración	Pública	Privada	otros: comunitario	
festivales, acontecimientos y eventos (fiesta koya raymi)				
nivel de del recurso	Mala	buena X	muy buena	Excelente
Calidad de organización y/o Programación	Pobre	Regular	buena X	Excelente
Gestión de administración	Pública	Privada	otros: mixta	
Calidad del destino turístico en general				
NATURAL	La Comunidad de Coati- Isla de la Luna es increíblemente hermoso ya que se encuentra en del Lago Titicaca que desde hace siglos fueron habitadas por los Incas tras una historia muchas de los habitantes migraron a la Isla al día de hoy se podría decir los ancestros. Durante el recorrido se puede observar alrededor montañas otras islas y la cordillera real, tomando en cuenta su fauna y flora existente en el lugar, actividades como la pesca en el lago.			
ARTIFICIAL (INMATERIAL)	La Isla de la Luna cuenta con costumbres y tradiciones que continúan vivas en este tiempo así como las fiestas patronales eventos que abren a la posibilidad de ser explotadas turísticamente, ceremonias y otras actividades relacionadas con el turismo cultural, místico.			
VALORIZACION TURÍSTICA				
afluencia turística exclusivamente por el destino	poca o nada	por escala o cercanía a otro destino X	exclusivamente por el destino	
nivel de interés por parte del turista	poco interés	interés por algo en particular X	bastante interés	



FICHA TÉCNICA 9 ANALISIS DE LA DEMANDA

DATOS RELEVANTES			
Perfil del turista nacional y extranjero			
Nacional X	Extranjero X		
Edad de visitantes a la comunidad de Coati			
0 a 20 años	20 a 40 años X	60 en adelante	Todas las edades
Mayoría de visitantes			
Mujeres X		Hombres X	
Motivación de la visita del turista a la comunidad de Coati			
Naturaleza X	Aventura X	Caminata	Compras
Paseo	Cultura X	Recreación	Acont. Programado
Religioso	Salud	Feridos	Otros X
Forma de organizar el viaje			
Por cuenta propia X	Agencia de viaje X	Amigos X	Otros
Razones para elegir a la comunidad de Coati			
Conocer a su cultura y tradición X	Convivir con los comunarios X		Conocer sobre el misticismo del lugar X
Características naturales		Conocer sus atractivos turísticos X	

Fuente: Elaboración propia en base de trabajo de campo



FICHA TÉCNICA 10 PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

DATOS RELEVANTES			
Posicionamiento del destino en el mercado local			
Pobre X	Buena	Muy buena	Excelente
Posicionamiento del destino en el mercado nacional			
Pobre X	Buena	Muy buena	Excelente
Posicionamiento del destino en el mercado internacional			
Pobre X	Buena	Muy buena	Excelente
Entes a cargo de la promoción			
Especificar: Después del COVID 19 no existe una entidad que promocioe la comunidad de Coati.			
Identificación de la demanda			
Diferenciada	No diferenciada X	Concentrada	
Nivel de conocimiento de los procesos del marketing turístico			
Escasa X	Regular	Buena	Excelente
Participación de empresas en promoción y comercialización			
Nada X	Poco	Mucho	
Medios de comercialización			
Medios escritos	Existe	No existe	
Folletos		X	
Revistas		X	
Periódicos		X	
Medios audio y/o visuales	Existe	No existe	
Televisión		X	
Radio		X	
Páginas de internet	X		
Otros	Existe	No existe	
Agencias de viajes		X	

Fuente: Elaboración propia



FICHA TÉCNICA DE INSTITUCIONES DE APOYO

INSTITUCIONES PÚBLICAS QUE APOYAN AL TURISMO	INSTITUCIONES	Ningún Interés	Poco Importante	Importante	Muy Importante
	Gobierno Autónomo Municipal de La Paz		X		
	Viceministerio de turismo			X	
	Gobierno autónomo municipal de Copacabana		X		
INSTITUCIONES ACADÉMICAS QUE PUEDAN APOYAR EL DESARROLLO TURÍSTICO	INSTITUCIONES	Ningún Interés	Poco Importante	Importante	Muy Importante
	UMSA			X	
EMPRENDIMIENTOS	UPEA	Ningún Interés	Poco Importante	Importante	Muy Importante
	Universidad Católica "San Pablo"		X		
	WARMI TAKHI	Ningún Interés	Poco Importante	Importante	Muy Importante
				X	

Fuente: Elaboración propia



ANEXO D.

ENCUESTA PARA EL MONITOREO DE LA DEMANDA TURÍSTICA PARA LAS RUTAS DE TURISMO MISTICO Y VIVENCIAL EN LA ISLA DE LA LUNA COMUNIDAD COATI- ISLA DE LA LUNA

 <p>UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN CARRERA TURISMO</p>	
<p>ENCUESTA PARA EL MONITOREO DE LA DEMANDA TURÍSTICA PARA LAS RUTAS DE TURISMO MISTICO Y VIVENCIAL EN LA ISLA DE LA LUNA COMUNIDAD COATI- ISLA DE LA LUNA</p>	
<p>OBJETIVO: El objetivo de la presente encuesta es para identificar la demanda de turistas interesados en realizar las dos rutas turísticas de turismo místico y vivencial denominado “<i>Siente la energía espiritual</i>”.</p>	
<p>I. DATOS GENERALES</p>	
<p>1. Lugar de Residencia:</p>	<p>4. Estado Civil 1. Soltero (a) 2. Casado (a) 3. Divorciado (a) 4. Separado (a)</p>
<p>2. Edad:</p>	<p>5. Ocupación 1. Estudia 2. Trabaja 3. Jubilado 4. Otros:.....</p>
<p>3. Genero 1. Mujer 2. Hombre 3. Otros:.....</p>	
<p>II. PREGUNTAS DE INTERÉS</p>	
<p>5. Motivo de su viaje</p> <p>1) Estudio 2) Negocios 3) Vacaciones 4) Otros.....</p>	<p>6. Organización de su viaje</p> <p>1) Cuenta propia 2) Amigos 3) Agencia de viajes 4) Otro.....</p>



PREGUNTAS DE INTERÉS PARA EL PROYECTO	
<i>¿Sabías que? La Isla de la Luna también conocida como la Coati, es una Isla que se encuentra ubicada en el Lago Titicaca</i>	
7. ¿Te gustaría visitar la Isla de la Luna? 1. Tal vez. depende de la oportunidad 2. Sí, me encantaría 3. No, no me interesa	8. ¿Qué actividades le gustaría realizar en la Isla de la Luna? 1. Disfrutar de la vista panorámica 2. Escapada romántica con pareja 3. Conocer sus costumbres y tradiciones 4. Recorrido por sitios arqueológicos 5. Senderismo en la montaña
9. ¿Considera que la Isla de la Luna es un lugar adecuado para el turismo Místico y vivencial? 1. Si 2. No 3. No conozco	10. ¿Estaría interesado en participar en una actividad de turismo místico y vivencial en la Isla de la Luna? 1) Si 2) No 3) Tal vez
11. ¿Qué actividad te gustaría realizar en la Isla de la Luna? 1. Excursiones y caminatas 2. Ceremonias y rituales andino 3. Meditación y naturaleza 4. Pesca deportiva	12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete de turismo Místico y vivencial de 3Días 2Noches 1. 200-300 bs 2. 400-700 bs 3. 700 o más
13. ¿Qué tipo de servicios le gustaría recibir te gustaría recibir en el producto? 1. Alimentación 2. Transporte 3. Guía turístico 4. Alojamiento 7. Otros:	



ANEXO E PREGUNTAS DE ENTREVISTA

Entrevista sobre los Aspectos Sociodemográficos de la Isla de la Luna

1. Procedencia de los turistas:

¿De dónde provienen mayormente los turistas que visitan la Isla de la Luna?

Respuesta: La mayoría de los turistas son del altiplano un porcentaje estimado de (45%), seguidos por aquellos provenientes del valle (33%), y un porcentaje menor proviene de la región llana (22%).

¿Qué porcentaje de turistas proviene de países limítrofes y de la región u otros continentes?

Respuesta: Casi la mayor parte de turistas son de Europa con un estimado de 45% de seguido el 42% son de países latinoamericanos y poco son de Asia como un 10 a 13%. Que visitan a Isla de la Luna.

2. Grupos de edad predominantes:

¿Cuál es el grupo de edad predominante entre los turistas nacionales?

Respuesta: Los turistas nacionales que visitan la Isla de la Luna tienen entre 20 y 34 años.

¿Y cuál es el grupo de edad predominante entre los turistas extranjeros?

Respuesta: Los turistas extranjeros tienen entre edades de 30 y 40 años.

3. Género de los turistas:

¿Cuál es la distribución de género entre los turistas nacionales?

Respuesta: El 40% de los turistas nacionales son hombres, mientras que el 60% son mujeres.

¿Y cómo se distribuye el género entre los turistas extranjeros?

Respuesta: Entre los turistas extranjeros, el 57% son hombres y el 43% son mujeres.